

Modelo integral de perfilamiento estratégico aplicado a un caso de estudio

Presentado por: Juan Camilo Acosta

Presentado a: María Alejandra Alban

Opción de grado

Corporación Universitaria Comfacauca Popayán - Cauca

Agosto de 2024

Tabla De contenido

1. RESUMEN	13
2. FORMULACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
2.1 Planteamiento	16
2.2 Formulación	17
3. JUSTIFICACIÓN	17
4. OBJETIVOS	18
4.1 Objetivo General	18
4.2 Objetivos específicos	19
5. MARCO REFERENCIAL	19
5.1 Marco teórico	22
5.2. Marco Conceptual	25
• 5.2.1 Misión	25
• 5.2.2 Visión	25

● 5.2.3 Objetivos.....	25
● 5.2.4 Estrategias.....	25
- 5.2.5 FODA	26
- 5.2.5 POAM.....	26
● 5.2.6 PCI.....	26
5.2.7 Matriz de análisis de vulnerabilidades	27
● 5.2.8 Matriz de perfil competitivo	27
● 5.2.9 MPCE	28
● 5.2.10 Balance Score Card	28
5.2.11 Reforma a la salud.....	29
6. METODOLOGÍA	30
6.1. Tipo de investigación.....	30
7. CONTEXTUALIZACION DE LA EMPRESA.....	31
7.1. Descripción de la empresa	31

7.2 Filosofía Empresarial de la empresa Renacer LTDA.	32
7.2.1 Misión.....	32
7.2.2 Visión	32
7.2.3 Valores.....	33
7.2.4 Principios.....	34
7.2.5 Normas	35
7.2.6 Políticas	36
7.2.7Ventaja competitiva.....	37
7.3 Datos generales de la empresa	37
7.4 Actividad Principal	37
7.5 Portafolio de servicios.....	38
7.6 Sector al que pertenece	47
7.7 Aporte impacto social económico, político y ambiental.....	48
8. ANALISIS ESTRATEGICO	48
8.1 Misión	49
8.1.1 Calificación de la misión.....	53
8.2 Misión a proponer	55

8.3 Visión.....	55
8.3.1¿Dónde y cuándo deseamos crecer?.....	56
8.3.2 Matriz de evaluación de la visión.....	56
8.3.3 Visión original.....	58
8.4 Visión por proponer.....	59
8.5 Mega.....	60
9. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	60
9.1Objetivos De la empresa.....	60
9.2 Objetivos Estratégicos Por Proponer.....	61
10. DIAGNOSTICO INTERNO PCI.....	61
10.1 Matriz PCI.....	63
10.2 Factores internos.....	65
10.2.1 Capacidad directiva.....	65
10.2.2 Capacidad tecnológica.....	66
10.2.3 Capacidad de talento humano.....	68
10.2.4 Capacidad financiera.....	69
11. DIAGNOSTICO EXTERNO POAM.....	71

11.1 Matriz POAM	73
11.2 Factores externos.....	76
11.2.3 Entorno económico.....	76
11.2.2 Entorno político.....	77
11.2.3 Entorno tecnológico.....	78
11.2.4 Entorno legal	79
11.2.5 Entorno geográfico y ambiental	80
11.2.6 Entorno competitivo	81
12. FUERZAS DE PORTER.....	82
13. MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVA.....	86
13.1 Imagen corporativa y responsabilidad social	88
13.2 Convenios.....	88
13.3 Marketing digital.....	89
13.4 Liderazgo	90
14.5 Periodos gubernamentales.....	90
14. MATRIZ DE ESTRATEGIA CUANTITATIVA (MPEC).....	91

14.1 Matriz MPEC -Estrategias FO	91
14.2 Matriz MPEC-Estrategias DO	96
14.3 Matriz MPEC- Estrategias FA	102
14.4 Matriz MPEC - Estrategias DA	107
14.1 Estrategias DOFA	115
15. ANÁLISIS DE VULNERABILIDAD	121
15.1 Cuadrantes.....	128
15.1.1 Indefensa	129
15.1.2 Vulnerable	129
15.1.3 En Peligro	129
15.1.4 Preparada.....	130
15.2 Imagen corporativa y responsabilidad social	130
15.3 Intensidad de la mano de obra en el servicio:	131
15.4 Estabilidad laboral:	132
15.5 Liquidez:	133
15.6 Rentabilidad:	134

15.7 Inestabilidad económica del país:	135
15.8 Periodos gubernamentales:	136
15.9 Convenios:	137
15.10 Dificultad de transporte terrestre:	138
15.11 Liderazgo:	140
16. MATRIZ PEEA.....	141
17. MATRIZ CUANTITATIVA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA (MCPE) 145	
28.1Matriz - MCPE.....	145
18. BALANCED SCORE CARD	153
18. 1Mapa estratégico	153
18.2 Objetivos e indicadores clave:	155
18.3 Tablero De Control	159
19.4 ORGANIGRAMA.....	159
19.1 Junta Directiva.....	160
19.2 Administrador.....	161

19.3 Dirección humana y financiera.....	161
19.4 director terapéutico.....	161
19.5 Terapeutas especialistas	161
19.6 Contador.....	162
19.7Auxiliar administrativo.....	162
19.8 Terapeutas	162
19.9 Auxiliar contable	162
19.10 Recepcionista.....	162
19.11 Pasante.....	162
19.12 Servicios de apoyo.....	163
20. CADENA DE VALOR.....	163
20.1 Investigación.....	163
20.2 Producción.....	164
20.3 Marketing.....	164
20.4 Servicio al cliente.....	164
20.5 Infraestructura	164
20.6 Sistemas de información	165

20.7 Recursos Humanos.....	165
21. MAPA DE PROCESOS.....	166
22.PLAN DE ACCIÓN.....	167
22.1 ESTRATEGIA 1.....	168
22.1.1 OBJETIVO:.....	168
22.2 ESTRATEGIA 2.....	168
22.2.1 OBJETIVO:.....	168
22.3 ESTRATEGIA3.....	169
22.3.1 OBJETIVO.....	169
22.4 ESTRATEGIA:4.....	170
22.4.1 OBJETIVO.....	170
23. CONCLUSIONES.....	170
24. LIMITACIONES.....	171
25. RECOMENDACIONES.....	172
33. BIBLIOGRAFIA.....	173

Tabla de Ilustraciones y Tablas

Ilustración 1. Análisis de vulnerabilidad Imagen corporativa. Fuente: Elaboración propia	130
Ilustración 2 Análisis de vulnerabilidad Intensidad de la mano de obra. Fuente: Elaboración propia	131
Ilustración 3 Análisis de vulnerabilidad Intensidad de la mano de obra. Fuente: Elaboración propia	132
Ilustración 4 Análisis de vulnerabilidad Liquidez. Fuente: elaboración propia.	133
Ilustración 5 Análisis de vulnerabilidad. Rentabilidad. Fuente: elaboración propia.	134
Ilustración 6 Análisis de vulnerabilidad. Inestabilidad económica del país. Fuente: elaboración propia.	135
Ilustración 7 Análisis de vulnerabilidad. Inestabilidad económica del país. Fuente: elaboración propia.	136
Ilustración 8 Análisis de vulnerabilidad. Convenios. Fuente: elaboración propia.	137
Ilustración 9 Análisis de vulnerabilidad Dificultad de transporte terrestre. Fuente: elaboración propia.	138
Ilustración 10 Análisis de vulnerabilidad Marketing Digital. Fuente: elaboración propia.	139
Ilustración 11. Análisis de vulnerabilidad Liderazgo Fuente: elaboración propia.	140
Ilustración 12 Análisis de cuadrante. Fuente: Elaboración propia.	143
Ilustración 13 Mapa estratégico. Fuente: Elaboración propia.	153
Ilustración 14 Objetivos claves. Fuente: Elaboración propia.	156
Ilustración 15 Tablero de control. Fuente: Elaboración propia.	159
Ilustración 16 Organigrama. Fuente elaboración propia.	160

Ilustración 17Cadena de valor. Fuente: elaboración propia.	163
Ilustración 18 Mapa de procesos, Fuente : Elaboración Propia.....	166
Ilustración 19Estrategia de incremento de base de usuarios. Fuente: Elaboración propia.	168
Ilustración 20 Estrategia “Ágil model” Fuente: elaboración propia.....	169
Ilustración 21Estrategia de capacitaciones. Fuente: Elaboración propia.....	170
Ilustración 22Estrategia marketing digital. Fuente: Elaboración propia	170
Tabla 1Matriz de evaluación de la misión. Fuente elaboración propia.	51
Tabla 2.Calificación misión. Fuente elaboración propia.	55
Tabla 3 , matriz de evaluación de la visión, elaboración propia.....	57
Tabla 4 Diagnostico interno PCI. Fuente elaboración propia.....	62
Tabla 5Matriz PCI factor interno. Fuente elaboración propia.	65
Tabla 6Diagnostico externo POAM. Fuente: elaboración propia	72
Tabla 7.Matriz POAM. Fuente: elaboración propia	75
Tabla 8Fuerzas de PORTER. Fuente: elaboración propia.....	85
Tabla 9 Matriz de perfil competitiva: Fuente: elaboración propia	87
Tabla 10. Matriz MPEC. Estrategias FO. Fuente: Elaboración propia.	95
Tabla 11 Matriz MPEC estrategias DO. Fuente: elaboración propia.	100
Tabla 12Matriz MPEC estrategias FA. Fuente. elaboración propia.....	105
Tabla 13. Matriz MPEC estrategias DA. Fuente: elaboración propia.	110
Tabla 14: DOFA. Fuente: elaboración propia	115
Tabla 15: Estrategias DOFA. Fuente: elaboración propia.....	120

Tabla 16	Análisis de vulnerabilidad. Fuente: elaboración propia.	123
Tabla 17	Análisis de vulnerabilidad. Fuente: elaboración propia.	127
Tabla 18	Matriz de análisis vulnerabilidades. Elaboración propia.....	128
Tabla 19	Matriz PEEA.Fuente: Elaboración propia.	143
Tabla 20	Matriz MPEC. Fuente: Elaboración propia.	151

TABLA DE FOTOGRAFÍAS

<i>Fotografía 1</i>	<i>N.n.,.S.neurodesarrollo,Fuente,Renacertda.com</i>	38
Fotografía 2	N.n, Terapia ocupacionalFuente, Renacertda.com.....	39
Fotografía 3	N.n Terapia Visual Fuente Renacertda.com	40
Fotografía 4	N.n. S.Hidroterapia, Fuente Renacertda.com	40
Fotografía 5	N.n, S.intervencion comportamental enfoque ABA, Fuente, Renacertda.com	41
Fotografía 6	N.n. Terapia de integración sensorial, Fuente, Renacertda.com.....	42
Fotografía 7	N.n. P. de trastornos de aprendizaje, Fuente, Renacertda.com	43
Fotografía 8	N.n Programa aprendamos, Fuente, Renacertda.com	43
Fotografía 9	N.n, S. Terapia Manual, Fuente, Renacertda.com	44
Fotografía 10	N.n, P.adulto con lesion neurologica, Fuente, Renacertda.com.....	45
Fotografía 11	N.n, P de rehabilitación pulmonar, Fuente, Renacertda.com.....	45

1. RESUMEN

La diferenciación y creación de valor son aspectos de gran importancia en la época actual, dado que existen varias empresas que son altamente competitivas, donde cada una de ellas busca la consolidación y permanencia en el mercado, no obstante la clave para encontrar estos aspectos reside en el conocimiento interno y externo de la empresa, por ello muchas de las empresas optan por desarrollar un modelo integral de perfilamiento estratégico que los ayude a comprender mejor las necesidades de su entorno permitiendo así crear valor y diferencia competitiva.

El perfilamiento estratégico implica un análisis integral de la organización donde están incluidas sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Además de comprender las necesidades del mercado, Indica cómo alinear los procesos frente a los objetivos e intereses que tiene la empresa. El presente trabajo tiene como objetivo dar a conocer al empresario los beneficios del perfilamiento estratégico, previamente mencionados, además contribuir con el diagnóstico de la empresa, la competencia y qué estrategias pueden ser implementadas para responder a las exigencias del entorno competitivo. Para ello se emplea una metodología cualitativa, sentando las bases para una postura con mayor alcance, donde hay una revisión especializada de documentos, con el fin de comprobar las teorías tales como Serna (2008), Chiavenato (2011), entre otros. Dicha literatura ayuda en la elaboración y construcción de un pensamiento y perfilamiento estratégico.

Se priorizaron las estrategias para impulsar el crecimiento de Renacer LTDA, aprovechando sus fortalezas (como la especialización en neurodesarrollo) y

superando debilidades (como la limitada visibilidad online). Estas estrategias buscan capitalizar oportunidades del mercado (como la creciente demanda de servicios de rehabilitación) y mitigar amenazas (como la competencia y la necesidad de adaptarse a las nuevas tecnologías

Palabras clave: Pensamiento estratégico, Perfilamiento estratégico, organizaciones, Competitividad, Diagnostico estratégico, análisis DOFA

Abstract

Differentiation and value creation are aspects of great importance in the current era, given that there are several companies that are highly competitive, where each of them seeks consolidation and permanence in the market, however the key to finding these aspects lies in the internal and external knowledge of the company, so many companies choose to develop a comprehensive model of strategic profiling to help them better understand the needs of their environment, thus allowing to create value and competitive difference.

Strategic profiling involves a comprehensive analysis of the organization, including its strengths, weaknesses, opportunities and threats. In addition to understanding the needs of the market, it indicates how to align the processes with the objectives and interests of the company. The objective of this work is to inform the businessperson about the benefits of strategic profiling, previously mentioned, as well as to contribute with the diagnosis of the company, the competition and which strategies can be implemented to respond to the demands of the competitive environment. For this, a qualitative methodology is used, laying the groundwork for a position with greater scope, where there is a specialized review of documents, to check theories such as Serna (2008),

Chiavenato (2011), among others. Such literature helps in the elaboration and construction of strategic thinking and profiling.

Prioritization of strategies to boost the growth of Renacer LTDA, taking advantage of its strengths (such as specialization in neurodevelopment) and overcoming weaknesses (such as limited online visibility). These strategies seek to capitalize on market opportunities (such as the growing demand for rehabilitation services) and mitigate threats (such as competition and the need to adapt to innovative technologies).

Key words: Strategic thinking, Strategic profiling, organizations, Competitiveness, Strategic diagnosis, SWOT analysis.

2. FORMULACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Planteamiento

En Colombia como en otros países, muchas de las personas que crean empresa lo hacen de manera orgánica guiándose netamente por la intuición y la experiencia del fundador, que en muchos casos es experto en lo que se comercializa. Sin embargo, es importante aclarar que esto puede ser efectivo en las primeras etapas, pero a medida que crece la empresa, se encuentra con mayores dificultades sobre todo para mantener su eficiencia y competitividad.

Para contextualizar la investigación, nos ubicamos en el departamento del Cauca que es una región que carece de grandes industrias, donde muchas personas están ligadas al sector productivo y agricultor, dada su gran extensión entre montañas y valles. No obstante, la mayoría de las empresas que hay en el Cauca son micro, pequeñas y medianas, las cuales en gran parte se encuentran

en la ciudad de Popayán, Por: ser la capital del departamento, contar con el potencial requerido y tener afluencia de los distintos municipios.

En la actualidad, Popayán cuenta con diferentes empresas entre ellas las prestadoras de servicio, destacándose las de rehabilitación que cumplen con un servicio de vital importancia para la comunidad. En este sentido, es importante resaltar la labor de la empresa Renacer Ltda, que brinda a la comunidad un servicio de rehabilitación integral con especialidad en neurodesarrollo. Esta empresa como la mayoría en el Cauca, fue creada de manera empírica, por lo tanto, presenta limitaciones en muchos aspectos; en este caso es importante que una empresa como Renacer Ltda, conozca herramientas administrativas para comprender su entorno competitivo, identificar sus fortalezas, debilidades, y la optimización de sus recursos. Para eso se propone la implementación de un perfilamiento estratégico esta herramienta permitirá Conocer mejor su entorno, conocer un poco más sobre sí mismo, alinear sus acciones con los objetivos y para finalizar la toma de decisiones más acertadas, que impulsen su crecimiento y que se consolide en el mercado.

2.2 Formulación

¿Cómo puede Renacer Ltda implementar una herramienta administrativa integral que le ayude a mejorar el conocimiento de sus procesos internos y le brinde una mejor visión general de su entorno?

3. JUSTIFICACIÓN

En Colombia toda empresa moderna, especialmente las Mipymes, carecen de herramientas que ayuden a mejorar los procesos de gestión empresarial,

limitando su desarrollo, es por ello que actualmente se hace un gran énfasis en la gestión empresarial, desde la capacitación hasta la aplicación, para brindar una solución a esta problemática, estas herramientas son de gran utilidad para el gerente de una organización porque le permite mejorar en la toma de decisiones y promover el crecimiento de la organización. Por lo tanto, el desarrollo de un perfilamiento estratégico es crucial para la consolidación de la organización y el aumento de la ventaja competitiva, donde el gerente es impulsado a tener una perspectiva más analítica en el momento de tomar decisiones estratégicas, las cuales son más rigurosas y con mayor probabilidad de éxito.

Por lo anterior, es importante que todo negocio, al igual que Renacer Ltda, adopte esta herramienta para que pueda conocer y comprender sus fortalezas y oportunidades para entender cuál es la diferenciación ante la competencia, ampliando su ventaja competitiva; además un factor importante es la reducción de costos y aumento en la eficacia de los procesos, debido a que un mejor conocimiento de la empresa contribuye a trabajar de forma óptima y organizada, mejorando la comunicación y colaboración de los empleados al sentirse más identificados con la empresa.

De esta manera, si una empresa quiere diferenciarse y alcanzar sus objetivos, es importante alinearse con un perfilamiento estratégico sólido.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Proponer un Modelo integral de perfilamiento estratégico, Estudio de caso

para la empresa Renacer Ltda.

4.2 Objetivos específicos

- Construir un marco teórico sobre el perfilamiento estratégico
- Realizar un diagnóstico organizacional de la empresa Renacer Ltda.
- Formular el modelo de perfilamiento estratégico para la empresa Renacer Ltda.

5. MARCO REFERENCIAL

En este campo se encuentran con un sin número de teorías estratégicas, sin embargo, para realizar un perfilamiento estratégico se abordará la planificación estratégica y la innovación.

La planificación estratégica parte de un análisis exhaustivo de la empresa, entorno y sus capacidades para formular una estrategia efectiva, para ello se desarrollan una serie de pasos tales como:

Innovación en la empresa

Análisis del entorno

Análisis interno

Formulación estratégica

Implementación estratégica

Evaluación estratégica

Los autores que más destacan dentro de la planificación estratégica son Humberto Serna y Henry Mintzberg

Sobre la innovación la teoría la define como el desarrollo de nuevos productos, servicios, o un modelo de negocio que sirva como una ventaja

competitiva, no obstante, hay diferentes tipos de innovación, pero los que van a estar en el marco de esta investigación son los siguientes:

Innovación en el proceso, que consiste en desarrollar nuevas formas de producir o entregar productos o servicios.

Innovación en el producto, que consiste en desarrollar un nuevo producto o servicio.

Teniendo en cuenta que toda investigación tiene ventajas y desventajas, se identifican algunas de ellas, entre las ventajas tenemos: Que ayuda a la empresa a estar a la vanguardia sobre la competencia, a crear nuevos nichos de mercado y por último aumentar los ingresos.

Como desventajas encontramos que en muchos de los casos esta puede ser demasiado costosa y riesgosa

Los autores que mayor trascendencia tienen sobre la innovación son Peter Drucker y Porter.

Un importante elemento abordar sería la estructura organizacional, ya que permite conocer sobre las funciones y responsabilidades que se tienen dentro de la organización, analizar cómo se toman y porqué las decisiones dentro de la organización, y como esta puede influir en el éxito o fracaso de la empresa, no obstante, dentro de la estructura organizacional se ve con mayor claridad los departamentos, cadenas de mando, amplitud y formalización.

Entre los autores que más se destacan son Idalberto Chiavenato y James D. Thompson.

De otra parte, en esta investigación la gestión del talento humano es muy importante dado que son los encargados de proveer el servicio directamente. La

base de toda empresa es el talento humano, porque si este se siente identificado y a gusto con la empresa, su sentido de pertenencia será mayor y va a velar por los intereses de esta. En este sentido, es importante tener claro el rendimiento que se tiene en el desarrollo de las funciones y el trabajo en equipo, la compensación por sus servicios, pero sobre todo encontrar a las personas idóneas para los diferentes cargos. En este tema, los autores que tuvieron mayor incidencia con sus aportes son: Idalberto Chiavenato y Daniel Goleman.

Otro aspecto importante para tener en cuenta es que en toda empresa hay una modificación de sus estructuras, procesos, tecnologías, comportamientos y el cambio organizacional se define como el proceso de adaptación a las nuevas condiciones de un entorno y por ende alcanzar sus objetivos, estos procesos pueden ser planificados o inesperados a raíz de una crisis. Al respecto, los autores que precisan sobre el tema son: David A. Nadler y Michael L. Tushman.

En pleno Siglo XXI las tecnologías de información han ganado un nivel de importancia, dado que, a partir de estas herramientas y equipos, son utilizados para almacenar, procesar y transmitir información.

Además, por el impacto que tienen las tecnologías de la información con todos los beneficios que traen, en particular, la accesibilidad a la información, la globalización de la economía, los nuevos modelos de negocio y el comercio electrónico, se constituyen en componentes esenciales en el mundo moderno, y sobre todo son de gran utilidad para las organizaciones, empresas, sociedad y la economía porque en la era digital, la información es poder, es la llave que abre las puertas del progreso.

Finalmente, está el proceso empresarial que es indispensable en toda

organización, porque son todos los pasos que se realizan de manera repetitiva para alcanzar un objetivo específico, no obstante, los pasos pueden ser complejos o simples y de manera frecuente pueden involucrar a diferentes personas, sectores y/o recursos. Por lo tanto, es importante contar con un mapa de procesos que permita identificar los primarios y los secundarios; los procesos primarios son los que tienen una relación directa con la producción o entrega de un producto y/o servicio al cliente. Los procesos secundarios son los que sirven de apoyo a los primarios para su desarrollo, por ejemplo: la gestión del talento humano, la contabilidad, las adecuaciones, el mantenimiento etc.

El proceso empresarial ofrece unos beneficios como mejora en la eficiencia, dado que los procesos bien definidos ayudan a eliminar algunos pasos y mejoran la coordinación entre las partes. Otra ventaja significativa es la mejora en la calidad, porque los procesos bien definidos permiten con facilidad la estandarización de los productos, les da una forma más consistente aumentando los índices de calidad. De esta manera, se obtiene un producto que cumple las expectativas de su proyección, ideal para lograr la fidelización y atracción del cliente.

Los principales autores que profundizan sobre el tema son los padres de la administración Henri Fayol y Frederick Winslow Taylor

5.1 Marco teórico

El direccionamiento estratégico es una parte de la gerencia estratégica en la cual existe Diagnóstico organizacional, Planeación estratégica, perfilamiento estratégico, Control y evaluación estratégica, que son los 4 pilares de la

administración que menciona Chiavenato (2010) complementados con un pensamiento estratégico que pretende otorgar a estos procesos un sentido más analítico e integral,

Para los autores Chiavenato y Sapiro (2011). El pensamiento estratégico es la forma en que los estrategas visualizan el mundo exterior, donde se evidencian situaciones que son desafiantes e inciertas, llevándolos a crear técnicas que aporten en la definición y resolución de problemas.

Por lo tanto, la gerencia estratégica se diferencia de la administración clásica en la forma de cómo la gerencia estratégica compenetra e integra toda la organización donde se observa con mayor precisión la dirección que debe tomar y mantener la empresa. Savedra (2005)

El perfilamiento estratégico es aquel que articula los objetivos, la misión y visión frente a la razón social de la empresa, por ello en este direccionamiento estratégico se presentan diferentes herramientas de diagnóstico, medición, control de los procesos, donde el autor Dess y Lumpkin (2003) define que los procesos adecuados para realizar el perfilamiento estratégico, se divide en tres etapas:

Determinación de los objetivos estratégicos “Etapa analítica”

Formulación estratégica o implantación de los planes tácticos “Etapa de planificación decisión y elección”

Ejecución de la estrategia “Etapa Operativa”

En los procesos de Diagnóstico se revisa la Misión, Visión y Objetivos de la empresa, posteriormente se pasa a un análisis FODA que permite hacer un diagnóstico general de cómo se encuentra la empresa, evaluando las fortalezas,

debilidades, oportunidades y amenazas. Además, se proponen estrategias con el objetivo de brindar una solución al problema o fortalecer sus avances y potencialidades, para lograr sostenibilidad y competitividad dentro de la organización.

Una vez definidos los objetivos estratégicos, damos lugar a la etapa de formulación que tiene como base las estrategias previamente seleccionadas, de igual manera en este proceso se hacen diferentes Matrices para validar cuáles de las estrategias que se desarrollaron en el análisis FODA, tienen mayor pertinencia dentro de la empresa, por ello se desarrollan matrices tales como POAM, MPC, MCPE, Matriz de vulnerabilidad, entre otras.

Finalmente, nos encontramos con la ejecución de las estrategias planteadas, donde se define un plan de acción en el cual se destaca el balance score card, que nos ilustra de manera más detallada los procesos y la medición de estos, sirve como base para el control de las estrategias verificando la rigurosidad con la que se ejecutan, además ayuda con el control de calidad de los procesos que la organización desempeña.

Por lo anterior, el perfilamiento estratégico es vital dentro de las organizaciones porque les permite estar a la vanguardia con nuevos métodos y técnicas para sobrevivir en tiempos de crisis, inclusive consolidarse en ambientes competitivos. Por lo tanto, es importante que las pequeñas y grandes empresas adopten siempre este pensamiento estratégico, porque independiente de si está formulada o no, toda empresa tiene una estrategia y aunque una puede ser más sólida y viable que otra, los gerentes deben estar motivados para desarrollar estrategias que contribuyan al beneficio de la organización.

5.2. Marco Conceptual

- 5.2.1 Misión

Chiavenato (2011) define la misión como el conjunto de valores que distingue a una empresa de otra, donde se identifica que es la empresa, sus servicios y prioridades, respondiendo a interrogantes tales como: “Quiénes somos?, ¿Qué hacemos? y Por qué estamos aquí?”

- 5.2.2 Visión

Como su nombre lo indica es la visión que la empresa tiene sobre sí, todas las metas y propósitos que se definen a lo largo del tiempo, donde se tiene claridad de su panorama en el futuro, teniendo claro el crecimiento, posicionamiento, alianzas, recursos, entre otros. Esta Visión recae en preguntas como “Para donde voy, como me veo en el futuro, que quiero lograr” para ello el autor define este concepto como “Una visión adecuada genera el enfoque requerido para que las personas puedan elaborar estrategias razonables y ejecutables en el tiempo.” (Kotter, 1996).

- 5.2.3 Objetivos

Según el autor David (2003) va alineado con la visión retratando lo que se debe hacer para que los ideales y propósitos de la empresa se cumplan, estos objetivos deben ser medibles, además de comprensibles coherentes, y sobre todo alcanzables, planteados al mediano y largo plazo

- 5.2.4 Estrategias

Según Chiavenato (2011) son acciones que están definidas para alcanzar un

logro u objetivo, donde se expone la viabilidad y la importancia de ejecutar esta misma teniendo en cuenta costos y validez de esta.

- 5.2.5 FODA

De acuerdo con Chiavenato (2006), el análisis FODA es un recurso de planificación que asiste a las organizaciones en la comprensión de su situación presente y en la toma de decisiones estratégicas para el futuro. Este recurso consiste en realizar un análisis de factores, tanto internos como externos que aluden a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas donde se ven reflejadas características de la empresa en cuatro tipos de estrategias DO, FO, DA, FA. De tal manera, que podemos identificar las potencialidades de la organización que contribuyen al cumplimiento de los objetivos y metas proyectadas a nivel interno.

- 5.2.5 POAM

El Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM) es un instrumento de análisis estratégico que examina el ambiente externo de una organización con el objetivo de detectar y valorar las oportunidades que pueden ser utilizadas y las amenazas que necesitan ser vencidas." Adaptado de Serna, 2010) las cuales se pueden clasificar en alto, mediano, bajo, permitiendo medir el nivel del impacto que tiene sobre la empresa.

• 5.2.6 PCI

En la matriz PCI se analizan los factores internos de una empresa como las fortalezas y debilidades, clasificándolas en tres rangos alto, mediano y bajo de acuerdo con la importancia de la empresa, De acuerdo con Chiavenato (2004),

el análisis interno de una organización conlleva la valoración de sus recursos, habilidades, estructura y cultura, con la finalidad de detectar fortalezas y debilidades que faciliten una toma de decisiones estratégicas con mayor eficacia.

5.2.7 Matriz de análisis de vulnerabilidades

El estudio de vulnerabilidad es el procedimiento a través del cual se establece el grado de exposición y predisposición a la pérdida de un elemento o conjuntos de elementos frente a una amenaza concreta. Adaptado de Serna, H. (2015). Donde se evalúan supuestos casos donde la empresa puede correr peligro con base a sus amenazas y debilidades, por ello es importante la matriz de vulnerabilidad, que te permite identificar que tan preparado estás para un caso en específico, y cuál es la capacidad de reacción de la empresa, esta matriz se califica en cuatro niveles: preparado, vulnerable, en peligro y totalmente indefensa. De acuerdo con los niveles, tenemos que indefensa es la peor situación en la que nos podríamos encontrar por ello es importante trabajar para buscar una solución antes de llegar a ese nivel.

- 5.2.8 Matriz de perfil competitivo

La Matriz de Perfil Competitivo (MPCI) es un instrumento que facilita a las compañías la valoración de su posición competitiva en comparación con sus competidores, detectando sus puntos fuertes y débiles en elementos cruciales para su éxito, tomado de David (2011). En otras palabras, es un análisis exhaustivo donde se compara cómo está la competencia frente a la empresa, porque conocer estos ítems te permite identificar cuáles son tus fortalezas frente

a la competencia y las diferencias que tienes para ofrecer al nicho del mercado de la organización

- 5.2.9 MPCE

La Matriz de Planeación Estratégica Cuantitativa (MPCE) es un instrumento que facilita la elaboración de estrategias basándose en el análisis DOFA, atribuyendo cifras a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, y valorando el efecto de las estrategias en cada uno de estos elementos. Sierra, (2015). Es decir que esta matriz evalúa cada una de las estrategias que se realizaron en el análisis FODA, según el criterio de evaluación la matriz MCPE, se conforma con las cuatro estrategias que de acuerdo con el nivel de pertinencia deben ser ejecutadas.

La finalidad de todas estas matrices es validar las estrategias propuestas al inicio, para saber cuál es la más adecuada, no obstante, lo importante de una estrategia está en la ejecución, por eso también es pertinente conceptualizar el balance Score card.

- 5.2.10 Balance Score Card

Es la matriz del cuadro integral que se conoce comúnmente como BSC, diseñada para llevar a cabo la ejecución y plasmar los resultados de las estrategias, por ello los autores Norton y Kaplan (2001) mencionan que, a través de la alineación de los objetivos, las perspectivas financieras, clientes, procesos, y desarrollo se ven los resultados esperados de la estrategia. Por lo tanto, es importante emplear el BSC porque mejora la comunicación hacia todo el personal sobre los objetivos que se tienen, hay una compenetración de los

empleados hacia la empresa y mayor probabilidad de que ellos velen por los intereses de esta, pero sobre todo está la creación de valor hacia la empresa, porque al tener claridad de los procesos se dará un mayor cumplimiento de estos, integrando la información de diversas áreas de la organización.

5.2.11 Reforma a la salud

EL Gobierno actual (2022 – 2024) realizo una propuesta para instaurar una reforma a la salud, la cual pretende realizar una reestructuración total del sistema de salud que está vigente, donde los puntos a destacar dentro de esta reforma son la prestación de servicios, financiamiento y la organización del sistema. Además de ello su objetivo es brindar una atención primaria en la salud, lo que significaría una rehabilitación exitosa.

Sin embargo, esta reforma fue archivada dado que tenía grandes desafíos en su implementación, ya que “requiere cambios más profundos en la organización y la gestión del sistema de salud” dicho por la (Asociación Colombiana de Hospitales y Clínicas, 2024)

Para renacer este es un gran cambio dado que, con la propuesta de transformar las EPS, significaría que el respaldo financiero depende del estado donde sus pagos son a largo plazo dado que se harían referentes hacia los resultados de los pacientes, por ello renacer al ser una microempresa los pagos a largo plazo aumentarían su tasa de endeudamiento. (Federación Colombiana de Rehabilitación, 2024)

Finalmente, esta nueva propuesta si bien es un cambio enorme, además tener grandes desafíos en su implantación, apuesta por un bienestar social dado que

abre nuevas oportunidades para fortalecer la atención integral y desarrollar nuevos modelos de atención, sin embargo, para ello las instituciones públicas deberían ser sólidas, es buen proyecto, pero Colombia en este momento carece de solidez. Dado que para que esto funcione debería haber una coordinación, pero muchos de los entes públicos y privados se encuentran fragmentados debido a sus propios intereses.

6. METODOLOGÍA

Este proyecto de investigación utiliza una metodología cualitativa, basándose en algunos de los conceptos que Humberto Serna 2010 expone acerca de la gestión estratégica. Este método facilita la clarificación y difusión de los conceptos del perfilamiento estratégico, permitiendo al empresario y/o gerente una mejor comprensión de los procedimientos y matrices a implementar, además de los beneficios que implica el perfilamiento estratégico y además de fomentar un pensamiento más estratégico que contribuya a optimizar la toma de decisiones en la organización. Los métodos que se utilizarán para la recopilación de datos serán: observación, antecedentes, entrevistas o cuestionarios, y las mediciones del procedimiento que utilizan en la actualidad, entre otros. Sin embargo, La meta es mejorar el rendimiento de la entidad y conseguir más licitaciones y potenciales clientes.

6.1. Tipo de investigación.

La metodología de la investigación es cualitativa,

6.2 Procedimientos para recolección, análisis y sistematización de información.

Observación directa del comportamiento de los empleados y los procesos de la empresa, posteriormente quedan registradas en un documento.

Entrevistas a profundidad con el gerente, los empleados y los clientes, además de hacer su respectivo análisis de esta.

Encuestas a los empleados y clientes para conocer sus opiniones y necesidades, realizando un análisis de la encuesta.

La recolección de datos sobre la eficiencia y la eficacia de los procesos actuales.

Por último el contraste y confrontación de los datos obtenidos.

7. CONTEXTUALIZACION DE LA EMPRESA

7.1. Descripción de la empresa

Renacer Ltda, es una empresa dedicada a prestar un servicio de rehabilitación integral, especializada en pacientes con lesiones neurológicas, que ofrece diversos tipos de tratamientos, para cada uno de sus usuarios, los cuales presentan algún tipo de pérdida para el desplazamiento, la comunicación o alguna patología diagnosticada en relación con la cognición y el cambio de comportamiento. Estos tratamientos son desarrollados por los diferentes colaboradores idóneos, que están capacitados con formación académica profesional y son expertos en cada procedimiento relacionado con el daño neurológico.

Las sesiones de los procedimientos individuales pueden variar, entre cuarenta y cinco minutos a una hora de duración, dado a que cada uno de los procesos

son personalizados, y se realizan en diversos espacios que están certificados para todos los tratamientos.

7.2 Filosofía Empresarial de la empresa Renacer LTDA.

La filosofía empresarial se refiere a los valores y principios que orientan a una organización. Establece su cultura, la manera en que interactúa con clientes y trabajadores, y la forma en que toma decisiones. Es el fundamento de su identidad y la orientación para lograr sus metas.

Se manifiesta mediante estos elementos: Misión, Visión, valores, principios y ventaja diferencial.

7.2.1 Misión

Cooperar con el bienestar social ofreciendo por medio de nuestras experiencia servicios especializados en rehabilitación que cumpla con los requerimientos y expectativas de nuestros usuarios, aportando a la conservación o restablecimiento de la salud, apoyados en procesos de calidad y seguridad del paciente como eje fundamental, direccionados por un talento humano calificado y empático presentando un servicio acorde a las nuevas tendencias de salud incluyendo EPS, familia, cuidadores y su entorno como parte integral de la atención.

7.2.2 Visión

Ser líder en el área de rehabilitación integral, garantizando alta calidad y óptima atención a los usuarios, con una estructura administrativa y financiera sólida que garantice su permanencia, respaldada por el interés de actualizarse con

colaboradores proactivos, leales, con valores, compromiso y ética profesional en busca de la excelencia, contando con una infraestructura y dotación óptima para así obtener en el año 2027 el posicionamiento como la mejor IPS en el área terapéutica en la comunidad en general del departamento e incrementa el reconocimiento a nivel nacional e internacional.

7.2.3 Valores

Los valores constituyen el fundamento de la cultura, por lo que Renacer a partir de su creación ha establecido estos para instruir las acciones de los trabajadores ante otros colegas y, sobre todo, ante los clientes.

1. Honestidad: No solo implica decir la verdad, sino que tus acciones sean claras y sinceras, que no se debe hacer algo que cause un daño hacia otra persona, ya sea físico o emocional
2. Empatía: significa entender y ponerse en la circunstancia del otro y en cómo este se puede sentir o verse afectado, esta habilidad es crucial para tener relaciones interpersonales, además del apoyo brindado.
3. Bondad: Para poder generar el bien por medio del servicio prestado, intolerancia, generosidad, comprensión y calidad.
4. Lealtad: Prestar el servicio con respeto, rectitud y fidelidad, para que haya un amplio sentido de pertenencia.
5. Solidaridad: Para impulsar a los colaboradores a ayudarse mutuamente, para desencadenar más beneficios en la empresa y personales.
6. Eficacia: La capacidad de cumplir los objetivos planteados de manera

eficiente, maximizando los recuerdos y disminuyendo los desperdicios.

7. Respeto todos los colaboradores brindan un servicio basado en el respeto, a todos los usuarios sin distinción alguna.

Efectividad: optimización para alcanzar los objetivos planteados usando la menor cantidad de recursos.

7.2.4 Principios

Dentro la empresa renacer LTDA, cuenta con una gran variedad de principios sin embargo estos están ligados a los valores de la empresa, tales como:

Búsqueda excelencia, este principio simboliza la búsqueda permanente de la calidad de tal manera que la excelencia tiene grandes virtudes sobre la empresa y/o colaboradores, buscando así mejorar el rendimiento.

Trabajo en equipo, Como su nombre lo indica el trabajo en equipo, es uno de los pilares fundamentales, dentro de la empresa dado que facilita y mejora los procesos no solo internos sino también externos donde se trabaja con mayor facilidad y efectividad

Transparencia, Renacer LTDA siempre está dispuesto a que todos sus procesos y procedimientos, información y cualquier actividad que realice la empresa deberá garantizar la claridad de estos, asociándose con un valor fundamental como lo es la honestidad.

Desarrollo de las capacidades humanas, para renacer, este principio es muy importante dado que sus colaboradores, poseen una gran variedad de conocimientos que le permiten ejecutar los procesos de la mejor manera, además de contar con una diversidad de valores que le permitan familiarizarse y

tener empatía con el usuario

Responsabilidad social, dentro de la empresa renacer, no se tiene un pensamiento egoísta y lucrativo preocupándose por el entorno que los rodea, incluyendo los usuarios y el ambiente.

Contribuyendo a la buena optimización de sus recursos

7.2.5 Normas

Es crucial que toda organización establezca una serie de reglas, ya que el objetivo es regular el comportamiento interno de la empresa, asegurando la seguridad y equidad de cada empleado. Por ello, desde su fundación, ha establecido estas reglas para acatar.

8. Confidencialidad y privacidad debido a que es importante asegurar la privacidad de los usuarios en la base de datos con la seguridad informática.
9. Ética profesional se fomenta un entorno donde los colaboradores actúen con una buena ética y acorde a los valores corporativos, y sigan la política de humanización.
10. Calidad de atención, la empresa renacer asegura la calidad del servicio a través de la capacitación de los colaboradores y de su servicio personalizado y de calidad siguiendo la política de calidad.
11. Seguridad del paciente: la empresa busca crear un entorno seguro para los pacientes, abarcando tanto la infraestructura, los procedimientos, las herramientas y las metodologías. Nuestro objetivo principal en este contexto es reducir al máximo cualquier riesgo potencial con la política de seguridad.
12. Transparencia y comunicación: se quiere cultivar una comunicación

efectiva y transparente tanto con los pacientes como los colaboradores. Es crucial que los usuarios sepan sus alternativas de tratamiento, así como de los posibles riesgos y ventajas.

Además, es esencial que el personal se comunique de manera efectiva para asegurar una atención coordinada y segura.

7.2.6 Políticas

Renacer cuenta con 4 políticas vigentes: política de calidad, humanización, ambiental y de seguridad la política.

La política de calidad quiere el mejoramiento continuo con la optimización de la atención, promoviendo el desarrollo integral del talento humano en términos de capacitación, seguridad, humanización, y salud en el trabajo.

La política de humanización se compromete a prestar un trato humanizado para todas las personas a las cuales se le preste el servicio en la institución, y se respetará las diferencias y los derechos, excluyendo cualquier tipo de maltrato, agresión, diversión o indiferencia.

La política ambiental se compromete a el aprovechamiento de los recursos, al ahorro y uso eficientes de estos, al igual que al manejo adecuado de los residuos, dentro del marco de la responsabilidad social y desarrollo de la política de protección del medio ambiente.

La política de seguridad quiere un entorno seguro para los pacientes, desde el conjunto de elementos estructurales, procesos, instrumentos y metodologías, en este ambiente se busca disminuir el riesgo, y hay un reporte de incidentes, para contribuir al aprendizaje

7.2.7 Ventaja competitiva

Renacer representa una alta ventaja competitiva, debido a sus procesos y prácticas integrales, especializadas, donde se presta la atención enfocada en cada paciente, la empresa está de la mano con los mejores colaboradores, los cuales están en un continuo aprendizaje, brindando así una atención especializada de calidad, además de ofrecer gran variedad de servicios de rehabilitación, no obstante, esta empresa se caracteriza en las áreas del neurodesarrollo, a nivel externo no se encuentra limitada dado que no solo brinda sus servicios en la ciudad de Popayán, porque la licencia que tiene le permite prestar este servicio en la ciudad de Cali, entrando a un entorno mucho más competitivo,

7.3 Datos generales de la empresa

Nombre comercial: Renacer LTDA

Ubicación: Cl. 18 Nte. #8-33, Comuna 1, Popayán, Cauca

Representante Legal

7.4 Actividad Principal

Este centro de rehabilitación se enfoca en proporcionar servicios Integrales y personalizados, para la rehabilitación de sus pacientes. Su labor principal se enfoca en brindar un servicio de alta calidad que facilite la obtención de resultados visibles. Por esta razón, cuenta con una extensa variedad de servicios de rehabilitación, donde su especialidad es el neurodesarrollo. Esta especialización demuestra su dedicación a la atención de pacientes que necesitan estimulación y rehabilitación neurológica, con el objetivo de potenciar

su potencial y elevar su calidad de vida.

7.5 Portafolio de servicios

Renacer Ltda ofrece una variedad de servicios los cuales son:

Neurodesarrollo: Ofrecemos una terapia especializada que combina múltiples técnicas para evaluar y tratar trastornos de función, movimiento, control postural y otros desórdenes causados por lesiones en el sistema nervioso central. El enfoque se basa en la plasticidad cerebral para una recuperación efectiva.



Fotografía 1N.n.,S.neurodesarrollo,Fuente,Renacertda.com

Fisioterapia: estimular el movimiento y los patrones motores naturales, especialmente en personas con lesiones neurológicas. La meta es que el individuo aprenda a realizar movimientos más típicos y funcionales en su entorno y circunstancias.

Terapia ocupacional: aumentar la destreza motora general en niños con daños neurológicos, fomentando su autonomía en tareas cotidianas. Además, se concentra en estimular las sensaciones y el movimiento para lograr una mejor

coordinación entre estímulos y respuestas



Fotografía 2N.n, Terapia ocupacional Fuente, Renacerda.com

Terapia de lenguaje: busca mejorar la comunicación y la alimentación, adaptándolas a las distintas etapas típicas de desarrollo. Esto se logra alineando patrones de movimiento y habilidades cognitivas.

Terapia visual: mejorar la eficiencia visual en personas con múltiples discapacidades, retraso en el desarrollo visual o baja visión. Esto se logra mediante una guía de estimulación para mejorar las funciones visuales y, en consecuencia, su calidad de vida en términos de independencia y funcionalidad.



Fotografía 3N.n Terapia Visual Fuente Renacertda.com

Hidroterapia: es un complemento acuático en la rehabilitación de trastornos neurológicos y ortopédicos. En el ámbito neurológico, busca reducir espasmos, reeducar músculos inactivos, fortalecer y mejorar la movilidad articular, ofrecer información sensorial, y enseñar actividades funcionales, agilizando resultados en la rehabilitación.



Fotografía 4N.n. S. Hidroterapia, Fuente Renacertda.com

Hipo terapia: involucra el uso terapéutico del caballo, beneficia a pacientes con discapacidades neurológicas. Durante las sesiones, el paciente se adapta al movimiento del caballo bajo la guía del terapeuta, quien aplica ejercicios neuromusculares para mejorar el tono muscular, equilibrio, coordinación motora y simetría corporal.

- Manejo de dolor: reducir el dolor del paciente mediante intervenciones terapéuticas especializadas. Estas intervenciones se seleccionan después de una evaluación y pueden ser adaptadas a las necesidades individuales.

Intervención comportamental complementaria con enfoque ABA: utiliza el Análisis del Comportamiento Aplicado (ABA) para mejorar comportamientos adaptativos y reducir los problemáticos en personas de diferentes edades y niveles de funcionamiento. Se centra en enseñar habilidades y eliminar comportamientos no deseables.



Fotografía 5, N.n, S. Intervención comportamental enfoque ABA, Fuente, Renacerda.com

Terapia de integración sensorial: es un proceso neurológico, unifica nuestras sensaciones internas y externas. Los problemas en esta integración, aunque no siempre evidentes, tienen graves consecuencias en la participación diaria del niño.



Fotografía 6 N.n. Terapia de integración sensorial, Fuente, Renacertda.com

Programa de intervención de los trastornos de aprendizaje: busca prevenir, detectar e intervenir trastornos psicomotores, sensoriales, cognitivos y del lenguaje que puedan afectar su desarrollo y aprendizaje. Implica colaboración entre terapeutas, profesores y familia, con asesoría, informes de rendimiento capacitación para el grupo escolar.



Fotografía 7 N.n. P. de trastornos de aprendizaje, Fuente, Renacerda.com

Programa Aprendamos: es un programa de terapias integradas que se enfoca en fomentar y mejorar las habilidades de aprendizaje en un entorno divertido. Incluye actividades como "Cocinando con Renato", "Bailando Aprendo", musicoterapia, pintura y lectura creativa. A través de estos enfoques lúdicos, se abordan alteraciones y se promueve el desarrollo de habilidades, destrezas y superación de dificultades



Fotografía 8 N.n Programa aprendamos, Fuente, Renacerda.com

Intervención en salas de cuidado intensivo pediátricas: nuevo enfoque para el cuidado de niños con lesiones neurológicas que están hospitalizados. Su objetivo es brindar una atención temprana y efectiva con el propósito de reducir la duración de la hospitalización y prevenir problemas como trastornos alimenticios, patrones de movimiento anormales y desafíos multisensoriales.

Servicio terapia manual: terapia para el manejo de las condiciones neuromusculoesqueléticas, basado en el razonamiento clínico y abordajes de tratamiento altamente específicos y obtienen de forma directa o refleja reacciones fisiológicas que equilibran y normalizan las diversas alteraciones musculares, osteoarticulares, orgánicas y funcionales



Fotografía 9 N.n, S. Terapia Manual, Fuente, Renacertda.com

Programa de manejo del adulto con lesión neurológica: diseñado para individuos que han sufrido lesiones neurológicas, el tratamiento involucra al usuario y su familia, busca reintegrar de manera funcional al paciente a sus

actividades y roles habituales, considerando diversos entornos y aspectos físicos, emocionales y sociales.



Fotografía 10 N.n, Adulto con lesión neurológica, Fuente, Renacertda.com

Programa de rehabilitación pulmonar: es un programa integral para personas con problemas respiratorios crónicos, especialmente aquellos con alteraciones neurológicas. Se adapta a las necesidades individuales y busca mejorar la capacidad física, social y la independencia de los pacientes. Esto es crucial, ya que las afecciones pulmonares pueden ser la principal causa de complicaciones en pacientes con alteraciones neurológicas.



Fotografía 11 N.n, P de rehabilitación pulmonar, Fuente, Renacertda.com

Programa de rehabilitación de piso pélvico: resolver problemas de incontinencia urinaria y fecal, considerando su profundo impacto en la salud mental y social de hombres y mujeres. Busca permitir que personas de todas las edades, desde niños hasta adultos mayores, puedan llevar a cabo sus actividades diarias sin limitaciones. El tratamiento es personalizado, con sesiones individuales de 45 minutos, realizadas de tres a cuatro veces por semana

Psicología: a través de sesiones individuales y familiares se abordan emociones, estados afectivos, comportamientos que puedan afectar, se brinda apoyo en la implementación de estrategias psicológicas, para resolver problemas emocionales.

Evaluación neuropsicológica: se usan métodos estandarizados para obtener datos cuantitativos que guíen la intervención en áreas psicológicas, cognitivas, comportamentales, entre otras, que afectan el aprendizaje y comportamiento.

Fisiatría: se presta una atención oportuna, y con excelente calidad, con profesionales críticos, con capacidad de análisis e idóneos en cuanto a evaluación, manejo y seguimiento del proceso de rehabilitación.

11. Clasificación de la empresa

Renacer Ltda. es una persona jurídica, que fue conformada como una sociedad limitada por 3 socios capitalista, en esta sociedad el número mínimo es de 2 socios y el máximo de 25 socios, en este tipo de sociedades el capital inicial es dividido entre los socios capitalistas, que en este caso fueron tres con un capital inicial de 10'000.000 por cada uno con fines lucrativos, lo que implica que Renacer Ltda. Es una empresa privada, y el capital inicial fue de \$30.000.000.00 de pesos colombianos. En esta sociedad los socios son

responsables por el capital aportado sin poner en riesgo capital o bienes personales.

De otra parte, es importante precisar que la dimensión de Renacer Ltda es de microempresa, porque sus ingresos por actividad ordinaria no superan los \$100.000.000,00.

7.6 Sector al que pertenece

La empresa Renacer Ltda. surge a partir del progresivo aumento de la demanda de los pacientes que tienen la necesidad de hacer una rehabilitación por problemas neurológicos en la ciudad de Popayán en el departamento del Cauca; los factores de riesgo contribuyen a la disminución y deterioro de la calidad de vida de la población por lo que deben ser atendidos prioritariamente, ya que la empresa Renacer Ltda se encuentra seriamente comprometida a la actual red regional de prestadora de servicio de rehabilitación.

En la ley 1112 de 2007 se rige y determina cómo se realiza la prestación de servicios de salud, donde se proporciona un cubrimiento integral de la salud en la cual la prestación de tratamiento de rehabilitación, prevención y mejoramiento en la calidad de vida de los habitantes de la ciudad de Popayán no son totalmente resueltos por entidades prestadoras de los servicios de la salud como las EPS, ARS o SISBEN debido a la escasa oferta de las IPS.

En este orden de ideas, la creación del centro de especialistas en salud integral Renacer Ltda en la ciudad de Popayán basado en ofrecer un servicio de rehabilitación integral y especializada, servicio de neuro desarrollo, programas con el enfoque del neurodesarrollo, servicios de terapia manual y psicología

contribuyen el aumento de la oferta de las prestadoras de servicio de la salud y la sostenibilidad mental de las personas (o sostenibilidad social)

El sector al que la empresa pertenece es terciario, ya que la empresa presta un servicio de rehabilitación integral y especializada.

7.7 Aporte impacto social económico, político y ambiental

Renacer cuenta con una trayectoria de 15 años de contribuir satisfactoriamente a la comunidad, brindando un servicio completo y personalizado que no se ofrecía en aquellos tiempos. Fue la iniciativa de un grupo de profesionales que vieron la posibilidad de ofrecer un servicio de atención a las personas que padecieran de lesiones neurológicas, a pesar de sus elevados costos, para la comunidad payanés este factor no ha sido de gran interés debido a la calidad de todos los procesos realizados dentro de la empresa, respecto al enfoque ambiental renacer muestra una preocupación por sus residuos buscando maximizar el manejo de los mismos, priorizando factores tales como el reciclaje, consiguiente a esto optimizan el uso de recursos naturales en cada proceso que se lleva a cabo, en renacer se preocupan por el trato personalizado para todas las personas por lo cual la igualdad de género y de condiciones presentadas por cada uno es muy importante donde es relevante desde las políticas empresariales dadas por la empresa donde se está cumpliendo y es de gran impacto para la sociedad.

8. ANALISIS ESTRATEGICO

Después de haber contextualizado la compañía y entendido su estado

presente, pasamos a un análisis estratégico más detallado. En esta etapa, se analizará minuciosamente la misión, visión y objetivos estratégicas, que representan los fundamentos de cualquier estrategia corporativa. El objetivo de este análisis es detectar fortalezas y aspectos a mejorar, con el fin de proporcionar al empresario sugerencias que le faciliten mejorar su planificación y toma de decisiones. Finalmente, será él el que decida si aplicar las sugerencias o conservar su estrategia vigente.

8.1 Misión

Renacer Ltda está comprometido a ofrecer un servicio especializado e interdisciplinario a pacientes que han sufrido una lesión neurológica en cualquier momento de su vida, ayudando a su rehabilitación y tratamiento, brindado la mejor atención de alta calidad a cada uno de nuestros usuarios.

En el Centro de Especialistas en Salud Integral Renacer Ltda empleamos la prevención, protección, diagnóstico e intervención en habilitación y rehabilitación integral para el manejo de nuestros pacientes, además la institución cuenta con un equipo de 23 terapeutas con formación académica y entrenamiento en las áreas de Neurodesarrollo, Hemiplejía en el adulto, Manejo del recién nacido, Afasiología, Pedagogía, Terapia Miofuncional, Rehabilitación de miembro superior, Manejo de cinturón escapular, Hidroterapia, Hipo terapia, Trastornos de alimentación, Especialización en rehabilitación neurológica, Movilización de tejidos blandos, entre otros.

Nuestros profesionales realizan múltiples capacitaciones con docentes de reconocimiento nacional e internacional, por lo tanto, garantizamos la

actualización y calidad de conocimientos, también contamos con espacios y elementos técnicos adecuados que satisfagan las necesidades de cada uno de nuestros usuarios, estando así comprometidos y altamente calificados para la prestación de servicios con criterios de calidad y bienestar.

En Renacer Ltda buscamos garantizar que las personas que sufren daños en el sistema nervioso cuenten con una atención individualizada en espacios de óptimas condiciones para realizar las actividades, asegurando que cada acción se complete con dedicación, tiempo y manejo especializado, ya que entendemos que nuestros pacientes presentan diversas características que pueden comprometer su desplazamiento, comunicación, cognición, comportamiento y desempeño ocupacional, dando así una mayor prioridad a que su atención se realice de forma particular y en una institución con alto compromiso ético y social como lo es Renacer Ltda.

15.1.1 Misión brindada por la empresa

Cooperar con el bienestar social ofreciendo por medio de nuestras experiencia servicios especializados en rehabilitación que cumpla con los requerimientos y expectativas de nuestros usuarios, aportando a la conservación o restablecimiento de la salud, apoyados en procesos de calidad y seguridad del paciente como eje fundamental, direccionados por un talento humano calificado y empático presentando un servicio acorde a las nuevas tendencias de salud incluyendo EPS, familia, cuidadores y su entorno como parte integral de la atención.

15.2.2 Matriz de evaluación de la misión

Matriz de evaluación de la misión								
Elementos	Condición		Calificación					puntaje
	Si	NO	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	
Objeto de la organización		X	X					10
Servicio	X			X				8
Mercado	X		X					10
Tecnología				X				8
Interés por la supervivencia crecimiento y rentabilidad		X					X	2
Nivel de los colaboradores	X			X				8
Clientes, usuarios consumidores	X		X					10
Responsabilidad social	X			X				8
Concepto de sí mismo	X			X				8
Filosofía empresarial	X			X				8
Total								80

Tabla 1 Matriz de evaluación de la misión. Fuente elaboración propia.

De acuerdo con la matriz de evaluación de la misión, se toma la decisión de no reestructurarla ya que cuenta con un puntaje de 80 y esta misión se rediseño, lo que da a conocer que es una misión cuya estructuración es buena, esta matriz está evaluada bajo unos parámetros, estos son: Objeto de la Organización, la misión habla muy claramente de ofrecer un servicio que coopere con el bienestar de las personas mediante procesos especializados y personalizados garantizando la calidad de la rehabilitación de la mano de los mejores colaboradores, segundo el servicio, renacer ofrece servicios especializados de rehabilitación, asegurando la calidad y compromiso que se tiene hacia los

clientes, el tercer factor es el mercado, cumple con el objetivo en consecuencia de que se expresa la prestación de sus servicios para las EPS, Familiares y cuidadores, el cuarto parámetro es la Tecnología, cumple presentando un servicio acorde a las nuevas tendencias de salud, además de estar a la vanguardia de las nuevas prácticas que se utilizan en la rehabilitación integral y especializada, el quinto parámetro para evaluar es el Interés por la supervivencia crecimiento y rentabilidad, este factor no se cumple en el marco de la misión, esto da a entender que es un factor deficiente, también se debe tener en cuenta que la rentabilidad de renacer es baja por lo cual es un factor en consideración, el sexto factor es Nivel de los colaboradores, este parámetro se cumple a cabalidad debido a que el personal posee grandes cualidades, valores y conocimientos, dando a entender que se tienen a unos de los mejores colaboradores de la ciudad, otro factor muy importante son los Clientes, usuarios o consumidores, se cumple con la condición sin embargo no se evidencia los 2 segmentos del mercado dejando segmento de usuarios particulares por fuera de este, otro factor que se tiene en cuenta, es la Responsabilidad social, este factor se cumple de manera satisfactoria dado que busca un bienestar social y empatía hacia cada paciente dejando de lado el interés lucrativo, . El siguiente es el Concepto de sí mismo, la empresa cumple con el parámetro debido a que tiene claro sus obligaciones frente a sus usuarios destacando entre ellas la calidad y la humanidad de sus procesos Por último tenemos el factor Filosofía empresarial, renacer cumple con este factor en su medida, porque es una empresa que tiene valores definidos, grandes objetivos y altos niveles de perseverancia y superación.

8.1.1 Calificación de la misión

Esta es la matriz de evaluación de misión en la que cada misión tiene que cumplir una serie de variables, por lo que se verifica si la misión satisface los criterios o no.

Variables	Cumple	No cumple	Justificación
Enunciado claro para la empresa y los grupos de interés.	X		La misión es entendible, tanto como para los colaboradores y sus clientes, dado que expresan con claridad cómo llevan a cabo sus procesos, sin embargo, en los grupos de interés hay algunas personas que se no lo comprenden de inmediato
Corto, preciso, y conciso, el cual se pueda asimilar y sea fácil de recordar		X	No es corto, siendo así difícil de recordar.
Contiene de manera detallada la necesidad a satisfacer	X		Si la detalla a cabalidad enfatizando en la especialidad de neuro desarrollo y servicios de calidad.

Contiene la ventaja competitiva	X		Renacer, tiene una alta competitividad dado que al ser uno de los primeros en incorporar este servicio, se convirtió en referencia, para los demás establecimientos de rehabilitación
Amplia, detallada y flexible, pero a la vez concreta	x		Es amplia, también especifica sus virtudes y sus procesos. además de las competencias que tiene las mismas para brindar un buen servicio.
Criterio para la toma de decisiones		X	El criterio de las decisiones, están ligadas a lo que busca el cliente dado que la empresa busca resolver las problemáticas existentes de la comunidad con respecto a lesiones neurológicas
Debe reflejar la filosofía	X		Renacer cumple con este

Organizacional		X	Factor en su medida, porque es una empresa que tiene valores definidos, grandes objetivos y altos niveles de perseverancia y superación.
Realista y motivadora	X		Si cumple con los requisitos, porque todo lo que mencionan en la misión, es verídico, además, gracias a su excelente servicio, brinda al cliente la esperanza de una pronta recuperación.

Tabla 2. Calificación misión. Fuente elaboración propia.

8.2 Misión a proponer

Por medio de nuestros servicios especializados, buscamos cooperar con el bienestar social de nuestros pacientes, apoyando en este proceso de recuperación de la mejor manera, mediante procesos de calidad y rehabilitación integral que van de la mano de nuestros especialistas, los cuales están a la vanguardia sobre las últimas tendencias en el área de la salud.

8.3 Visión

¿Qué perseguimos?

En Renacer LTDA, tiene como objetivo ser los líderes en la rehabilitación

integral, donde a través de sus servicios de calidad y personalización, se han ganado un reconocimiento en la ciudad de origen, no obstante, se pretende que en el año 2027 se quiere aumentar su reconocimiento nivel nacional internacional como la mejor IPS en al área terapéutica.

8.3.1 ¿Dónde y cuándo deseamos crecer?

Renacer LTDA, tiene como objetivo crecer en el departamento del Cauca, principalmente en la ciudad de Popayán. Desde el año 2009 aproximadamente, renacer viene en aumento, ya que cada uno de sus procesos han sido especializados a su vez sus colaboradores son estrictamente seleccionados, donde de los colaboradores ha ayudado desarrollar el crecimiento de esta empresa, los integrantes de renacer están altamente comprometidos por aportar de la mejor manera sus conocimientos, dedicación y trabajo para que así en el transcurso de los años cumpla con su objetivo

8.3.2 Matriz de evaluación de la visión

Esta es la matriz de evaluación de visión en la que cada misión tiene que cumplir una serie de variables, por lo que se verifica si la visión satisface los criterios o no.

Matriz de evaluación de la visión								
Elementos	Condición		Calificación					Puntaje
	Si	No	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	
Aspiración	X		X					7
Amplitud de las operaciones	X			x				8
Posicionamiento	X			X				8
Valores		X		X				8
Actitud	X		X					8
Beneficios		X		X				8
Responsabilidad social		X			X			7
Alcanzable		X		X				8
Realista		X		X				8
Definida en el	X		X					10
Total								8

Tabla 3 , matriz de evaluación de la visión, elaboración propia

De acuerdo a la matriz de evaluación de la visión, se toma la decisión, de no reestructurar la visión, dado que esta cumple los requisitos en buena medida, con un puntaje de 80, esta visión al igual que la misión también fue rediseñada, lo que evidencia una buena visión, en esta matriz de evaluación de la visión se evaluaron los siguientes elementos: aspiración, la empresa cumple con la condición de manera excelente dado que en su visión, buscan ser líderes en su respectivo nicho de mercado además de buscar estabilidad en factores internos y externos, otro elemento es amplitud de las operaciones, la empresa cumple de buena manera la condición prometiendo que las estructuras financieras y administrativas sean sólidas, además de ello buscan la excelencia contando con una infraestructura inclusiva y una dotación óptima para cumplir todos los

procesos, el tercer factor es posicionamiento, renacer se encuentra en un posicionamiento bueno, ya que busca un mayor reconocimiento dentro de la región y el ámbito internacional, el siguiente factor son los valores, la empresa renacer tiene un compromiso con la comunidad en general, de ofrecer servicios de calidad de la mano de los mejores colaboradores los cuales cuentan con una diversidad de valores y conocimientos, el quinto factor es la actitud, la empresa cumple con este factor de manera excelente, debido a que demuestra ambición por ser líderes, no solo en la región si no de manera internacional, otro factor es los beneficios, esta condición es cumplida en buena medida ya que busca no solo busca ofrecer servicios integrales y de calidad si no que son servicios exclusivos y personalizados, el séptimo factor es responsabilidad social, este factor no es cumplido en la visión, porque no enfatiza de manera clara su contribución social dentro y fuera de la rehabilitación, el próximo factor es alcanzable, este factor se cumple dado que tienen una situación favorable debido a que es una empresa sólida y con muchos convenios estratégicos que ayudan a esta misma, el octavo factor es realista, el noveno factor es realista, este se cumple de en buena medida y no en excelente medida ya que el sector internacional es muy difícil en cuatro años, además que hay limitantes externas como es la ciudad donde se ubican, el último factor es definida en el tiempo, este factor se cumple de manera excelente, ya que hay una limitación de tiempo para la visión, y cuando este se cumpla se rediseñara la visión.

8.3.3 Visión original

Ser líder en el área de rehabilitación integral, garantizando alta calidad y

óptima atención a los usuarios, con una estructura administrativa y financiera sólida que garantice su permanencia, respaldada por el interés de actualizarse con colaboradores proactivos, leales, con valores, compromiso y ética profesional en busca de la excelencia, contando con una infraestructura y dotación óptima para así obtener en el año 2027 el posicionamiento como la mejor IPS en el área terapéutica en la comunidad en general del departamento e incrementa el reconocimiento a nivel nacional e internacional.

8.4 Visión por proponer

Ser la principal referencia en el área de rehabilitación integral, garantizando la calidad, transparencia y confianza hacia nuestros usuarios, los cuales están respaldados por nuestros colaboradores proactivos, que siempre están en búsqueda de la excelencia comprometidos ayudar y brindar el mejor servicio. además de ello se cuenta con una infraestructura y dotación, permitiendo así la estabilidad administrativa y financiera que asegura su permanencia y posicionamiento demostrando su competitividad frente a las demás IPS

8.5 Mega

El mega de Renacer LTDA es establecer el liderazgo a nivel regional al brindar soluciones innovadoras a través de planes personalizados para cada paciente. Esto se logrará mediante terapias específicas respaldadas por las últimas tecnologías. Además, nos comprometemos a seguir capacitando a nuestro personal para asegurar la prestación del mejor servicio en la región. Nuestros planes también incluyen la expansión a otras ciudades, mientras continuamos construyendo y fortaleciendo nuestra marca en el proceso.

9. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Los objetivos estratégicos son fundamentales para el éxito de cualquier organización, y Renacer LTDA no es la excepción. Actúan como una brújula que guía las acciones y decisiones, definiendo con claridad el camino para alcanzar las metas establecidas. Además de proporcionar dirección y enfoque, los objetivos estratégicos motivan al equipo de trabajo al establecer un propósito común. Asimismo, sirven como criterio de evaluación para la toma de decisiones, asegurando la coherencia con la estrategia global. Por ello, es crucial analizar los objetivos de Renacer LTDA para comprender su enfoque y determinar si están alineados con su misión, visión y las necesidades del entorno.

9.1 Objetivos De la empresa

Brindar un servicio terapéutico integral, en condiciones de seguridad tanto del paciente como de los colaboradores, con adecuada oportunidad en el

servicio.

Velar por la capacidad financiera, garantizando la sostenibilidad y la existencia de la entidad.

Preservar en los procesos de calidad promoviendo el mejoramiento continuo en la prestación del servicio.

9.2 Objetivos Estratégicos Por Proponer

- Continuar con los procesos de calidad, a partir del mejoramiento continuo del servicio prestado, al mismo tiempo que se mejora la capacidad financiera de renacer. (corto plazo)
- Mejorar la infraestructura de renacer con nuevas tecnologías, y continuar con la capacitación de los colaboradores. (mediano plazo)
- Reconocimiento del centro terapéutico en al menos 2 países. (largo plazo)

10. DIAGNOSTICO INTERNO PCI

Para una comprensión clara de las habilidades internas de Renacer LTDA, emplearemos la Matriz de Perfil de Capacidad Interna (PCI). Esta herramienta nos brindará la posibilidad de analizar las fortalezas y debilidades de la compañía en aspectos fundamentales como su habilidad de liderazgo, competitividad, recursos humanos, economía y tecnología, Para ello se clasifica las fortalezas y debilidades cuando son consideradas altas, medias y bajas.

	ALTO	MEDIO	BAJO
FORTALEZAS	Una fortaleza es alta cuando se tiene en cuenta un gran beneficio para los clientes, pero fundamentalmente para la empresa.	Una fortaleza es media cuando mejora la imagen que se tiene de la empresa.	Una fortaleza es baja cuando es símbolo de elogio y aprobación por parte de la comunidad
DEBILIDAD	Una debilidad es alta, cuando no se tienen las competencias y herramientas para brindar un servicio de calidad, dañando así la imagen y crecimiento de la empresa.	Una debilidad es media cuando hay problemas en los procesos por factores externos a la misma.	Es una debilidad Baja cuando, una parte de la comunidad no conoce la empresa.
Impacto de las fortalezas	Las fortalezas altas en Renacer ayudan a la superación de sí misma, creando un mayor posicionamiento, dejando la posibilidad de abrirse a nuevos mercados.	Las Fortalezas de carácter medio contribuyen a la satisfacción del cliente, una mejora continua de la imagen, otorgando así no solo reconocimiento por sus clientes sino por la comunidad en general.	Las bajas fortalezas en renacer, ayudan al proceso de mejora continua que la empresa tiene dado que toda contribución por pequeña que sea es una ayuda para la empresa.
Impacto de las debilidades	Cuando se tiene debilidades altas, el impacto de la misma trae varias repercusiones en la empresa, sin embargo, son oportunidades de mejorar.	Dentro de las debilidades medias, algunas suelen ser causadas por factores externos que provienen de su entorno geográfico o comunidad, de tal manera que la empresa solo puede esperar y apoyarse en sus planes de contingencia.	cuando las debilidades son bajas, son debilidades que tienen una solución a corto plazo, es decir que es un factor a concentrarse en segundo plano de manera constante.

Tabla 4 Diagnostico interno PCI. Fuente elaboración propia

10.1 Matriz PCI

Este es el desarrollo de la matriz PCI donde se analiza las Fortalezas y debilidades clasificándolas fortalezas, debilidades y su impacto sin embargo estas se organizan referente a las capacidades que tienen según su análisis interno dividiéndolas directivas, tecnológicas, talento humano y financiera

PCI									
factores internos	Fortaleza			Debilidad			Impacto		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Capacidad directiva									
Imagen corporativa y responsabilidad social		X					X		
Liderazgo			X				X		
Comunicación						X	X		
Velocidad de respuesta a condiciones cambiantes						X	X		

			X					X	
Estabilidad Laboral						X	X		
Nivel académico de los colaboradores							X		
Experiencia							X		
Capacidad financiera									
Liquidez							X		
Rentabilidad					X		X		
Capacidad de endeudamiento								X	
Estabilidad de costos			X					X	

Tabla 5 Matriz PCI factor interno. Fuente elaboración propia.

10.2 Factores internos

10.2.1 Capacidad directiva

- Imagen corporativa y responsabilidad social:
 - Se considera una fortaleza para renacer dado que ya cuenta con una imagen y es referencia para otros lugares de rehabilitación, destacando así su gran impacto en la comunidad payanés, sobre las personas y su competencia

- Liderazgo:
 - Para renacer esta es una fortaleza baja dado que no ha abundado sobre tema sin embargo el impacto que esta tiene dentro de la empresa es alto por lo que es un factor para mejorar por parte de la organización RENACER LTDA
- Comunicación:
 - Este factor resulta ser una debilidad de carácter bajo de tal manera que es algo que se puede solucionar, su impacto está en que la empresa al estar dividida por campos, carecen de un direccionamiento y comunicación entre los mismos, ocasionando disconformidad y alteraciones.
- Velocidad de respuesta a condiciones cambiante
 - Esta fue catalogada como una debilidad baja, dado que dentro de la empresa son muy conservadores, sin embargo, el impacto de esto sobre la empresa es vital porque en la actualidad han acontecido diferentes hechos que nunca se hubiesen imaginado que ocurrieran, entre ellos la pandemia.
- Conocimiento de procedimientos y procesos
 - Esta es una de las mayores Fortalezas que tiene renacer dado que desde sus inicios siempre se ha preocupado por la calidad de sus servicios, así como la renovación constante de sus conocimientos, además que el impacto de ésta es alto porque la calidad de tu servicio y de tus colaboradores es la clave del posicionamiento y la permanencia de la empresa.

10.2.2 Capacidad tecnológica

- Capacidad de innovación:
 - La capacidad de innovación tiene gran importancia, la empresa Renacer tiene

grandes métodos de innovación y busca las mayores tendencias en este caso es calificado por medio de una fortaleza media, No obstante, siempre hay cosas por mejorar y la innovación es un factor para renovar continuamente.

- Desarrollo web:
 - El desarrollo web el Renacer es muy deficiente, hace parte de sus debilidades, pero es una debilidad baja, ya que sus desarrollos en la tecnología están siendo poco a poco incorporados en la empresa, esta genera un impacto medio, porque en la transformación digital están los parámetros esenciales para un buen funcionamiento.
- Marketing Digital:
 - La empresa Renacer enfrenta una debilidad alta en cuanto a su estrategia de marketing digital, ya que actualmente carece de cualquier tipo de campaña en este ámbito. Su principal enfoque promocional se basa en la voz a voz de los clientes, sin que esto sea una acción deliberada de marketing por la empresa. Esta situación tiene un impacto considerable en el flujo de clientes, que no alcanza su máximo potencial debido a la ausencia de estrategias de marketing digital. Como resultado, la rentabilidad de la empresa se ve comprometida.
- Intensidad en la mano de obra en el servicio:
 - En la intensidad en la mano de obra en el servicio es eficiente ya que sus colaboradores están de la mano y se califica como gran fortaleza, la principal característica es cada uno de sus colaboradores que están altamente calificados y asesorados para realizar cada uno de sus procesos, lo cual genera un alto impacto.

- Nivel tecnológico utilizado en el servicio:
 - Esta está catalogada como una fortaleza baja, ya que hay deficiencias en algunos procesos tecnológicos que pueden hacer que la empresa sea más eficiente por eso mismo el impacto es alto.
- Herramientas y equipos suficientes:
 - Para esta fortaleza tiene un nivel con carácter bajo ya que las herramientas y equipos utilizados en la Renacer, no son tan avanzados en tecnología, sin embargo, las herramientas que utilizan en su gran mayoría son manuales para que las personas la puedan usar con mayor facilidad.

10.2.3 Capacidad de talento humano

- Motivación:
 - La motivación es un factor humano que impulsa a los colaboradores de la organización Renacer LTDA a realizar toda acción encaminada a la productividad y el éxito de la empresa convirtiéndose en una fortaleza que genera un alto impacto en el clima organizacional y en sus clientes ya que los inspiran para seguir en los procesos de rehabilitación.
- Sentido de pertenencia:
 - Para Renacer esta fortaleza es de nivel bajo ya que no ha abundado tanto dentro de la cultura organizacional, no obstante, este factor genera un impacto medio para la empresa dado de que es un factor humano que permite generar comportamientos activos del personal en el que manifiesta fidelidad y adhesión al campo laboral.

- Estabilidad Laboral:
 - Es una debilidad baja debido a que no se ha logrado generar cambios en el servicio y la atención al cliente de esta manera será más eficiente a la hora de emplear mejoras en estos aspectos; su impacto es alto ya que favorece la formación laboral y la calidad de trabajo y consigo la satisfacción del cliente.
 - Nivel académico de los colaboradores:
 - Se denomina una fortaleza alta debido a que los colaboradores son académicamente capacitados para prestar un servicio de calidad; el saber manejar del tema permite que la prestación del servicio que ofrece la empresa logra satisfacer las necesidades de los clientes, el cual su impacto es medio ya que se evidencia el buen desempeño de la realización del servicio ofrecido.
 - Experiencia:
 - Se considera una fortaleza alta para Renacer Ltda ya que la base de alcanzar el éxito y tener mayor permanencia en el mercado se encuentra en la selección de candidatos altamente calificados para tener una mayor efectividad teniendo un alto impacto de productividad de la empresa.

10.2.4 Capacidad financiera

- Liquidez:
 - La liquidez es una fortaleza la cual es alta debido a que este indicador es de 3.11, esto simboliza que renacer tiene un buen margen de capital, y este puede pagar las deudas sin comprometer el capital, esto tiene un impacto alto en las finanzas para la toma de decisiones financieras.
- Rentabilidad:

- la rentabilidad es una debilidad media debido a que este indicador es de 0.15 lo cual es un indicador bajo diciendo que la gerencia ha sido deficiente, siendo esto un impacto alto para la empresa
- Capacidad de endeudamiento:
 - Es una fortaleza alta dado que este indicador tiene un valor 0.3 esto dice que la deuda no supera los recursos propios, por lo que hay un margen de endeudamiento, en caso de ser necesario.
- Estabilidad de costos.
 - El análisis ideal para calcular la estabilidad de costos sería tomar en cuenta los últimos 5 años, sin embargo, la pandemia mundial provocada por el COVID-19 invalida este análisis, por lo que se tomarán en cuenta los años 2021 y 2022, donde se demuestra que la empresa tiene una fortaleza baja ya que tiene capacidad para cubrir los costos, sin embargo, estos siempre son demasiado altos, aumentando cada año, ya que la gran mayoría de sus costos pertenecen a honorarios de especialistas, siendo un porcentaje del 99.78% del total. costos de ventas, por eso es importante tomar en cuenta el estado financiero de la empresa ya que genera un impacto medio dentro de la misma debido a que presenta costos demasiado altos.

11. DIAGNOSTICO EXTERNO POAM

Esta matriz lo que busca es dar a entender al empresario sobre qué circunstancias las oportunidades y amenazas son consideradas altas, medias y bajas de tal manera que se puedan sacar provecho de los factores externos de la organización

	ALTO	MEDIO	BAJO
OPORTUNIDADES	Son oportunidades altas cuando ayudan al crecimiento exponencial y solidificación de la empresa	Las oportunidades medias están dadas mediante las falencias o brechas de los servicios que se tienen, dado que las falencias y críticas son importantes dentro del proceso de la mejora	Las oportunidades son bajas cuando son de utilidad para los procesos internos
AMENAZAS	Las amenazas son altas, son de gran importancia ya que son las que pueden poner en peligro la estabilidad de la empresa	Las amenazas son medias, cuando afectan a la empresa, pero su solución no es de carácter inmediato	Las amenazas son bajas cuando son imperceptibles, donde la empresa no se da cuenta del impacto

<p>IMPACTO DE LAS OPORTUNIDADES</p>	<p>Es cuando las fortalezas están surgiendo efecto, donde la empresa está obteniendo los frutos de arduo trabajo</p>	<p>Un impacto medio de oportunidad invita a una empresa a enfocarse en utilizar las oportunidades que se presentan y evaluar el riesgo para así desarrollar estrategias con el propósito de alcanzar el objetivo.</p>	<p>El impacto de las oportunidades es bajo cuando no se generan estrategias que ayuden al crecimiento de la empresa y por lo contrario quedan como obsoletas.</p>
<p>IMPACTO DE LAS AMENAZAS</p>	<p>Los impactos que tienen las amenazas cuando son altas, pueden generar que la empresa entre en quiebra, ya que los entornos a lo que está rodeada la IPS son altamente delicados.</p>	<p>Las amenazas de impacto medio le indican a la empresa a desarrollar estrategias para prevenir riesgos que perjudiquen las actividades de la empresa.</p>	<p>Un impacto bajo de las amenazas indica una mayor favorabilidad para la empresa dado que el nivel de riesgo es menor donde la empresa puede reaccionar con mayor rapidez y solucionarlo</p>

Tabla 6 Diagnóstico externo POAM. Fuente: elaboración propia

11.1 Matriz POAM

Se utilizará la Matriz POAM para identificar las oportunidades y riesgos a los que se enfrenta Renacer LTDA. Donde se examinarán elementos externos como el estado económico, las tendencias del mercado y la competencia, con la finalidad de identificar oportunidades de expansión y riesgos que necesitan ser revisados. No obstante, este estudio facilitará a Renacer LTDA, la toma de decisiones estratégicas para beneficiarse de su ambiente y garantizar su viabilidad.

POAM									
Factores externos	Oportunidad			Amenaza			Impacto		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Entorno económico									
Inflación					X			X	
Inestabilidad económica del país				X			X		
Impuestos					X			X	
Tasa de desempleo								X	
Entorno político									

Gasto público									X
Financiamiento e iniciativas						X		X	
Periodos gubernamentales					X			X	
Entorno tecnológico									
Seguridad informática		X						X	
Disponibilidad de software								X	
Potencia de innovación								X	
	Base datos							X	
Entorno legal									
	Normativas de Seguridad								
	Legislación salarial								

Leyes antimonopolio								X	
Entorno competitivo									
Nuevos competidores								X	
Convenios									
Alianzas									
Entorno geográfico y ambiental									
Dificultad de transporte terrestre					X				
Localización geográfica					X				
Residuos producidos								X	

Tabla 7. Matriz POAM. Fuente: elaboración propia

11.2 Factores externos

11.2.3 Entorno económico

- Inflación:

Este factor para evaluar se considera una amenaza media porque puede afectar a la empresa, pero no se espera que cause daños monetarios catastróficos, además cuenta con un impacto medio dado que la inflación es algo que está presente dentro de todas las economías, sin embargo, al pertenecer a una economía en desarrollo la estabilidad no es un fuerte.

- Inestabilidad económica del país:

Esta significa una gran amenaza no sólo para renacer sino para todas las organizaciones privadas y públicas, de tal manera que el impacto que tiene la inestabilidad es inmenso dado que imposibilita el avance y desarrollo de las organizaciones.

- Impuestos:

Los impuestos fueron evaluados como una amenaza media porque son los egresos que tiene la empresa constantemente, el impacto que este genera es permanente dado que toda empresa solidificada tiene que pagar impuestos, todo esto varía según el flujo de dinero que tenga la empresa y su patrimonio, pero entre ellos sobresalen: el impuesto de renta, IVA, y las comisiones por los movimientos financieros, entre otros.

- Tasa de desempleo:

La tasa de desempleo fue evaluada como una oportunidad baja con un impacto medio, porque a simple vista parece favorable para la empresa pero con

una tasa de desempleo alta, los postulados a un cargo dentro de la empresa son muchos de los cuales se deben escoger solo unos pocos que resaltan entre los demás y para ello se deben poner a prueba y en la mayoría de los casos se pierde tiempo, pero en cuestión de salarios no se podría preocupar por aumentarlo y ahí es donde se puede aprovechar del talento de cada persona.

11.2.2 Entorno político

- Gasto público

Esta categoría es considerada como una oportunidad baja, dado que al ser una empresa de carácter privado el impacto dentro de la misma es bajo dado que no tiene ningún convenio o financiamiento con el estado, así que no depende económicamente del mismo.

No obstante, se plantea una nueva reforma de la salud que pretende reestructurar los gastos financieros de las EPS, eliminando a estas como aseguradoras.

- Financiamiento e iniciativas

Esta se categorizada como una amenaza baja dado que carece dado que no tiene financiamiento externo, pero si demuestra iniciativa para realizar procedimientos novedades y actuales, este impacto dentro de la empresa es medio dado que, si tiene importancia, porque factores como la iniciativa te permiten estar pendiente de nuevos procesos y estudios correspondientes a su zona.

- Periodos gubernamentales

Los entes políticos son indispensables en cada sociedad, sea privado o

público las intervenciones y de quien esté en el poder afectan a ambas partes, por eso significa una amenaza alta para la empresa dado que en ningún momento ha habido un buen gobernante. El país ha sufrido muchos altibajos, por eso su impacto no solo en la empresa sino a nivel nacional es alto, puesto que ellos son los que promueven y remueven las leyes que regulan al país.

Por ello la nueva reforma a la salud que propuso Gustavo Petro presidente actual, pretenden múltiples cambios en el sistema de salud donde ahora las IPS deberían optar por intentar estar dentro de las redes de salud de este gobierno, dado que esta reforma busca centralizar el poder económico aludiendo que el estado es el encargado de promover el bienestar y la salud de la población

11.2.3 Entorno tecnológico

Seguridad informática:

Este factor es una oportunidad de garantizar la privacidad, la creación de barreras como herramientas de protección de virus y facilita el proceso de hacer un análisis preventivo para la toma de decisión causando un alto impacto en la protección digital de la empresa.

- Disponibilidad de software:

Se considera como una oportunidad baja debido a que facilita el uso y aplicabilidad de las tecnologías dentro del funcionamiento de la organización fortaleciendo los procesos de la empresa causando un impacto favorable sobre la gestión de recursos tecnológicos.

13. Potencia de innovación:

Se considera como una oportunidad baja ya que permite que los

colaboradores puedan fortalecer su capacidad creativa para desarrollar estrategias innovadoras que generen un impacto positivo en la empresa.

14. Base de datos:

Es una oportunidad media que tiene la empresa para automatizar el almacenamiento de la información necesaria, es un impacto medio debido a la facilidad que genera el uso de la tecnología para mejorar la capacidad de producción de la organización.

11.2.4 Entorno legal

- Normativas de seguridad:

La calificación de este factor significa una oportunidad de clase media de tal manera que los empleados cumplen las normas de prevención, además que entre ellos mismo se están instruyendo con mucho respeto, por eso el impacto es positivo en la empresa dado que ayuda a mejorar la imagen y mitigan en gran medida riesgos innecesarios.

- Legislación salarial.

Los aspectos de legislación laboral significan una oportunidad media para la empresa, dado que la misma brinda un contrato de prestación de servicios, por ello su impacto es alto ya que muchos de los trabajadores actuales carecen de un contrato, pero le brindan al trabajador mayor tranquilidad para lograr que desempeñen su trabajo de la mejor manera.

- Leyes antimonopolio:

Con respecto a las leyes antimonopolio se considera como una amenaza baja, de tal manera que no hay unas organizaciones que creen alianzas, buscan

monopolizar el mercado, de esta manera el impacto es bajo porque es una ciudad pequeña los clientes ya tienen preferencias y sobre todo se mantienen independientes una de las otras.

11.2.5 Entorno geográfico y ambiental

- Dificultad de transporte terrestre:

Está considerada como una amenaza media pero con un impacto alto y se refiere a la situación en que la empresa enfrenta desafíos en la movilización de productos y estos pueden tener consecuencias al momento de importar algún producto para un procedimiento, el impacto es alto debido a muchos factores como el costo adicional del transporte por el precio de la gasolina, congestiones en las carreteras o aeropuertos, paros armados, problemas climáticos, entre otros, todos estos pueden generar retrasos e indiferencias con los clientes, por lo que se pueden tener problemas al cumplir con los plazos de entregas de los insumos.

Localización Geográfica:

Al igual que la dificultad de transporte terrestre este también es de amenaza media y de alto impacto debido a que Popayán está ubicado en una zona roja del país donde con mucha frecuencia suele haber bloqueo de las vías por paros armados y últimamente por construcciones en estas mismas, generando así un impacto alto en la medida de retrasos en entregas o transporte de pacientes de otros lugares.

- Residuos producidos:

La amenaza vinculada a los residuos producidos se considera baja debido a la

implementación de medidas efectivas para reducir su generación y gestionarlos adecuadamente. Estas medidas reducen significativamente la probabilidad de incidentes relacionados con estos residuos. No obstante, en el caso de que ocurriera algún incidente, su impacto podría calificarse como moderado, ya que podría ser grave y tener implicaciones delicadas para la salud de los pacientes. Esto resalta la importancia de garantizar la seguridad en el manejo de los residuos, almacenados en sus lugares designados para su posterior reciclaje y eliminación segura.

11.2.6 Entorno competitivo

- Nuevos competidores:

Es una amenaza baja, esto debido a que ha habido diferentes empresas que han buscado incursionar, pero esto no han tenido un impacto, pero el tener muchos competidores podría significar que sea un impacto mayor.

- Convenios:

Es una oportunidad media ya que la empresa renacer tiene diferentes convenios, pero deben mejorar y es de un impacto alto debido a que estos convenios representan una parte importante de los ingresos de la empresa

Las alianzas:

Una oportunidad media, ya que se podrían hacer mejores alianzas, para poder hacer colaboraciones y ayudarse mutuamente con lo que esto tiene un gran impacto en las redes.

12. FUERZAS DE PORTER

Las cinco fuerzas de Porter facilitan el análisis de la competencia a nivel industrial de Renacer LTDA, teniendo en cuenta la influencia de clientes y proveedores, además del peligro de competidores emergentes y productos alternativos, y la competencia actual. Este análisis tiene el objetivo de mejorar la comprensión de la rentabilidad del sector y la formulación de estrategias para potenciar la competitividad del centro de rehabilitación.

5 FUERZAS DE PORTER	
PODER DE LOS COMPRADORES	<p>Dentro de este campo podemos analizar que el poder de los clientes es moderado, porque aunque sus precios sean altos las personas optan por usar el servicio debido a la personalización, sin embargo la empresa posee una alta competitividad, donde las posibilidades de cambio de los clientes son mayores, dado que está en tendencia la atención integral, No obstante el número de convenios es muy importante para la empresa dado que esta mide el número de clientes que frecuentemente utilizan el servicio, donde renacer se encuentra en una posición similar a otros centros de rehabilitación.</p>

5. FUERZAS DE PORTER	
<p>NUEVOS O POTENCIALES COMPETIDORES</p>	<p>Los nuevos o potenciales competidores para Renacer son muy pocos, debido al área en la cual se encuentra esta IPS, los competidores directos son solo cuatro y de estos solo hay uno que está por encima de Renacer en ciertos aspectos, los nuevos competidores que pueden entrar a este mercado se encuentran limitados porque existen empresas que llevan muchos años trabajando, una opción viable para introducirse en el mercado son los convenios que estos puedan llegar adquirir y si se ofrece a un precio mucho más asequible es posible que se posicione de una manera rápida sin embargo no quiere decir, que posicionarse sea fácil, dado que la competitividad que está establecida es sólida.</p>
<p>RIVALIDAD CON LOS COMPETIDORES</p>	<p>Dentro de la rivalidad con los competidores es alta , con respecto a Renacer, existen diversos factores como la lucha del posicionamiento que están de la mano con los convenios donde la empresa Renacer opta por desarrollar y mejorar los servicios, que necesiten en cada caso de cada paciente, donde se evidencia la continua mejora que hay entre los procesos de atención integral y la especialización en conocimientos y prácticas empleadas,</p>

	<p>no obstante los competidores y Renacer, busca la manera de aumentar el número de convenios, para obtener un mayor número de clientes que puedan conocer y utilizar de los servicios, por ello la ventaja competitiva, está mediada por el total usuarios, la calidad del servicio y el posicionamiento que se tiene sobre las otras.</p>
<p>PODER DE LOS PROVEEDORES</p>	<p>El poder de negociación de los proveedores sobre Renacer es bajo debido a que los insumos que la empresa usa son fáciles de encontrar en otros lugares, porque no son productos únicos, entonces son fáciles de sustituir, por otra parte, Renacer no requiere de muchos proveedores la empresa requiere mínimamente de 2 proveedores, uno para los insumos de documentación, y el segundo de insumos de limpieza y seguridad clínica, por lo que estos proveedores son pocos y son fáciles de reemplazar.</p>
<p>PRODUCTOS SUSTITUTOS</p>	<p>Los servicios sustitutos sobre Renacer son altos debido a la amenaza de aquellas entidades de salud que ofrecen una solución alternativa a la oferta existente y responden las</p>

5 FUERZAS DE PORTER	
	<p>necesidades similares de una manera innovadora hacia el sector del servicio de rehabilitación integral y especializada para aquellos pacientes que tienen una lesión neurológica. Cabe de resaltar que un servicio sustituto puede ingresar fácilmente a la empresa cuando su calidad es mejor al de la oferta actual, si existe poca publicidad del servicio existente o si hay poca lealtad por parte de los clientes.</p> <p>En esta fuerza se deduce que la existencia de los servicios que sustituyen la oferta actual de Renacer siempre se le denominará una amenaza para la empresa tales como los negocios Interfisica, Fisio Salud, Neurokids o Sanamos que han entrado recientemente al mercado ofreciendo el mismo tipo de servicio de rehabilitación y salud integral para las personas incapacitadas denominándose una competencia directa en la ciudad de Popayán.</p>

Tabla 8 Fuerzas de PORTER. Fuente: elaboración propia.

13. MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVA

La Matriz de Perfil Competitivo (MPC) ofrece la oportunidad de comparar a Renacer LTDA con sus competidores más destacados en el área de rehabilitación. Mediante este instrumento, se determinará los puntos fuertes y débiles de cada uno en aspectos fundamentales tales como; la calidad del servicio, la reputación, la tecnología y el costo. Con estos datos, Renacer LTDA podrá identificar oportunidades para destacarse, incrementar su competitividad y elaborar estrategias más eficaces en el mercado.

Matriz De Perfil Competitiva									
Factores Críticos de Éxito	Peso	Interfisica		Fisio Salud		Neuro Kids		Sanamos centro de rehabilitación integral	
		Ratificación	Puntaje	Ratificación	Puntaje	Ratificación	Puntaje	Ratificación	Puntaje
Imagen corporativa y responsabilidad social		8	1,6		1,6		1	3	0,6

Convenios		1 0	4		2 , 8		1 , 6	4 2	0,8
Marketing Digital		2	0 . 3		0 . 9		0 . 6	3	0.6
Liderazgo		7	1 , 0 5		1 , 2		0 , 7 5	4	0,6
periodos gubernamentales		1 0	1		0 . 4		0 . 4	4	0.4
Total			7 . 9 5		7 . 9				3

Tabla 9 Matriz de perfil competitiva: Fuente: elaboración propia

13.1 Imagen corporativa y responsabilidad social

Renacer respecto de la imagen corporativa se encuentra desapercibida por la población local, sólo los usuarios que frecuentan y tienen negocios aledaños conocen la ubicación, no obstante población que pasa o se sitúa cerca a renacer no la conocen o pasa desapercibida frente a la competencia como Interfísica que tiene mayor reconocimiento por la población, teniendo en cuenta que influyen otros factores como el sector, propietarios y número de pacientes. Igualmente, encontramos que en Neurokids presenta también esta dificultad por dos razones: una por el sector y otra porque ha cambiado de localización últimamente y al pertenecer a una zona residencial el flujo de personas es muy poco, aunque tienen un gran letrero que se puede ver a gran distancia y esto ayuda para que sea más reconocida, por último, Fisiosalud, representa una mayor imagen corporativa que Renacer, pero inferior a Interfísica dado la gran magnitud de usuarios que se tiene.

13.2 Convenios

Renacer, con los convenios obtenidos y frente a la competencia directa se puede determinar que los convenios son muy bajos, respecto a las demás empresas, teniendo en cuenta a Interfísica con 7 convenios, todos aportando muchos pacientes además de contar con apoyo monetario externo, frente renacer que tiene 3 convenios porque le falta conexión con más entidades para generar controversia como un factor crítico calificado con 10 siendo el puntaje máximo que puede obtener el factor de competitividad, en comparación con Fisio salud

que también es una alta competencia teniendo 4 convenios frente a los 3 de renacer, donde después de analizar cada uno de ellos se encuentra que tienen empresas muy importantes que aportan a Fisiosalud por lo que es altamente competitiva y es calificada con un 8, en comparación con Neuro Kids en convenios que abordan más áreas teniendo 3 convenios siendo 2 de ellos colegios y 1 muy importante que es Cosmitet EPS, significativa pero llena de problemas, por lo que es calificada con un 4 a pesar de los pocos convenios y no muy significantes, después del estudio realizado indagando por cada IPS encontramos que Cosmitet tiene saldos pendientes con Neuro Kids debiendo mucha plata y este convenio quiere ser disuelto pero no lo hacen por las deudas que tiene la EPS con Neuro Kids, Sanamos al igual que Neurokids poseen pocos convenios siendo solo 2 los cuales no abordan áreas tan importantes como los demás, por lo cual no es una empresa que genere gran competencia para hacerle frente a Renacer.

Sin embargo, con la nueva reforma abre la posibilidad de establecer nuevos convenios.

13.3 Marketing digital

La empresa renacer quiere aprovechar el marketing digital, que es un factor clave para captar, convertir y fidelizar clientes, y así destacarse entre sus competidores. Entre las empresas del sector, Interfísica tiene una puntuación de 2, porque solo tiene una página de Facebook desactualizada y una página sospechosa con su nombre. Fisio salud tiene una puntuación de 6, porque tiene una página web moderna y todas las redes sociales, pero no las utiliza. Nuero

Kids tiene una puntuación de 4, porque tiene una página web y una página de Facebook, pero no publica contenido nuevo. Sanamos tiene una puntuación de 3, porque tiene una página web y algunas redes sociales, pero su página web no es atractiva y sus redes no tienen contenido.

13.4 Liderazgo

El liderazgo es un factor muy importante para cada una de las empresas, este tiene como fundamento un buen desarrollo de cada organización, ya que con un buen liderazgo se obtienen mejores resultados, los cuales se ven reflejados en un reconocimiento y posicionamiento en el mercado, en el caso de Fisiosalud e Interfísica, tienen un gran desempeño de liderazgo, por lo cual la parte de partes de los gerentes han podido desarrollar gran impacto en el mercado ya que cada uno de sus colaboradores han creado un buen desarrollo de cada uno de sus trabajos en lo cual mantienen y han impactan frente a cada uno de sus clientes por lo cual estos optan por sus servicios. Por otro lado, se tiene en cuenta las dos competencias directas las cuales son: Neurokids y Sanamos, lo cual su liderazgo es un poco más bajo ya que sus mismos colaboradores opinan que su desempeño no es el mejor, por lo cual se han tenido dificultades con sus colaboradores ya que no se forma un equipo de trabajo no es tan eficiente en el ámbito laboral

14.5 Periodos gubernamentales

Por último, se procederá a evaluar el factor de periodos gubernamentales. Este elemento de riesgo afecta a todas las empresas, ya que los cambios en políticas y regulaciones pueden impactar a todos los actores del mercado. Una

situación desfavorable podría generar un desequilibrio no solo en Renacer, sino también en la competencia. Por otro lado, si estas políticas resultan ser favorables, benefician a todas las empresas por igual.

Habiendo dicho eso la reforma de la salud que pretendía instaurar el gobierno (2022 -2026), fue archivada ya que implicaba una significativa reorganización dentro del sistema sanitario. No obstante, el hecho de que haya sido archivada no implica que no se implementen otras reformas en el ámbito de la salud, por lo que resulta crucial mantenerse actualizado con las noticias y eventos políticos.

14.MATRIZ DE ESTRATEGIA CUANTITATIVA (MPEC)

Las matrices MPEC, ya sean centradas en estrategias FO, DO, FA o DA, son instrumentos que facilitan la priorización de las acciones más apropiadas para Renacer LTDA. Mediante la asignación de puntos, se mide el atractivo de cada estrategia en función de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas detectadas. Así, se simplifica la toma de decisiones estratégicas, lo que posibilita que el centro de rehabilitación centre sus esfuerzos en las acciones con mayor posibilidad de éxito.

14.1 Matriz MPEC -Estrategias FO

La Matriz MPEC, orientada hacia las estrategias FO, dará un orden hacia las acciones que utilicen las fortalezas de Renacer LTDA para aprovechar las oportunidades del mercado. Al ser evaluadas las estrategias FO, se determinarán cuales poseen un mayor potencial para fomentar su crecimiento y

consolidación

			Estrategias FO			
			Estrategia 1	Estrategia 2	Estrategia 3	
	Factores	Importancia	(F10; F7;F6; O5; O6) Trabajar en conjunto con los trabajadores, para desarrollar un prototipo que mejore y optimice el proceso en la realización de las terapias.	(F1; F12;F13; F14;O2,O12;O) Destinar recursos a la infraestructura y llevar a cabo modificaciones en los logotipos y letreros exteriores de Renacer, con el propósito de mejorar la visibilidad de su ubicación para la comunidad también se considera una posible expansión de sus alrededores para brindar un mayor alcance.	(F4; F3;F9;F5;F11;O9;O10) Deseamos comunicar a la comunidad acerca de los servicios que brindamos y compartir nuestras experiencias con el fin de establecer colaboraciones y acuerdos que nos permitan incrementar nuestra base de usuarios	
	Oportunidades		PTA	PTA	PA	PTA
	Tasa de desempleo	0,05	0,1	0,2	1	0,05
	Potencia de innovación					

Factores Externos		0,1	0,4	0,2	2	0,2
	Base de datos	0,05	0,05	0,05	3	0,15
	Normativas de seguridad	0,1	0,3	0,2	2	0,2
	Convenios	0,2	0,8	0,2	4	0,8
	Amenazas					
	Inflación	0,1	0,1	0,4	1	0,1
	Inestabilidad Económica del país	0,1	0,1	0,2	3	0,3
	Financiamiento e iniciativas	0,05	0,05	0,2	1	0,05
	Nuevos competidores	0,2	0,8	0,8	4	0,8
	Localización geográfica	0,05	0,05	0,2	4	0,2
	Total	1	2,75	2,65	25	2,8

						5
Factores internos	Fortalezas					
	Imagen corporativa y responsabilidad social	0,1	0,4	0,4	4	0,4
	Liderazgo	0,1	0,4	0,4	4	0,4
	Conocimiento de procedimientos y procesos	0,1 5	0,6	0,15	4	0,6
	Experiencia	0,1 5	0,6	0,6	4	0,6
	Liquidez	0,0 5	0,05	0,15	1	0,0 5
	Debilidades					
	Comunicación	0,1 5	0,45	0,3	4	0,6
	Velocidad de respuesta a condiciones cambiantes					

		0,1	0,1	0,2	3	0,3
	Marketing Digital	0,1	0,4	0,4	3	0,3
	Estabilidad laboral	0,0	0,1	0,05	1	0,0
		5				5
	Rentabilidad	0,0	0,05	0,1	1	0,0
		5				5
	Total	1	3,15	2,75	29	3,3
						5

Tabla 10. Matriz MPEC. Estrategias FO. Fuente: Elaboración propia.

En el análisis de la Matriz MPCI, hemos empleado calificaciones que varían de 0 a 4, donde 0 indica una influencia mínima del factor en la empresa, mientras que 4 señala una fuerte dependencia del factor. Hemos clasificado cada factor en dos grupos: externos e internos.

Dentro de esta matriz, hemos identificado aproximadamente 4 estrategias FO que combinan fortalezas con oportunidades. Se han seleccionado las tres más importantes, cada una con un impacto diferente.

La primera estrategia implica el desarrollo de un prototipo, y su influencia es más marcada a nivel interno, ya que implica acciones realizadas por los colaboradores. A través del prototipo, se pretende mejorar la atención al usuario, lo que, a su vez, podría impulsar una mejora en la imagen y el reconocimiento de la empresa. Esto contribuiría a la búsqueda de convenios, demostrando la

experiencia y calidad humana que ha evolucionado a lo largo de la historia de la empresa.

La segunda estrategia se enfoca en incrementar los recursos destinados a mejorar la infraestructura de Renacer. Esto conlleva varias ventajas, especialmente en el ámbito interno, ya que la mejora de las instalaciones hará que la empresa sea más atractiva desde una perspectiva visual. Detalles pequeños, como el logotipo, pueden influir en la percepción de la empresa. Sin embargo, es fundamental mantener una fachada fresca, ya que representa la cara de la empresa ante el mundo.

En resumen, a pesar de que la empresa está llevando a cabo acciones positivas, la percepción de la imagen de Renacer no es muy destacada. Sin embargo, nos enfrentamos a limitaciones en cuanto a la percepción de la comunidad local de Popayán. Esto se convierte en una debilidad que debe abordarse, ya que el desconocimiento por parte de la población local representa una amenaza que no debemos pasar por alto.

14.2 Matriz MPEC-Estrategias DO

La matriz MPEC para estrategias DO ayuda la clasificación de las acciones que se benefician de las oportunidades del ambiente para vencer las debilidades de Renacer LTDA. Al otorgar puntuaciones, dejando solamente las estrategias con más potencial para fomentar el crecimiento y potenciar su competitividad. Al otorgar puntuaciones, se determinan las estrategias con más potencial para Mejorar la situación actual de Renacer LTDA.

			Estrategias DO		
			Estrategia 1	Estrategia 2	Estrategia 3
	Factores	Importancia	(D3; D2;O4; O7;O5) Implementar metodologías ágiles de desarrollo “Agile model” para fomentar una filosofía de trabajo innovadora y mejorada. (software empresarial)	(D4; D6;D1;O9, O1 0) Se propone llevar a cabo una campaña virtual para informar sobre los beneficios de formar parte de Renacer, detallando sus procedimientos de atención integral y especializada.	(D3; O6;O2;O3) Examinar el sistema de facturación POS con el fin de obtener una comprensión más profunda de los costos, ingresos tanto internos como externos, y así facilitar un diagnóstico financiero más preciso.
Factores Externos	Oportunidades		PTA	PA	PA
	Tasa de desempleo	0,05	0,2	1	2

	Potencia de innovación	0,1	0,4	1	1
	Base de datos	0,05	0,05	1	1
	Normativas de seguridad	0,1	0,4	1	3
	Convenios	0,2	0,8	1	1
	Amenazas				
	Inflación	0,1	0,1	1	0,1 3
	Inestabilidad Económica del país				

		0,1	0,1	1	0,1	3
	Financiamiento e iniciativas	0,05	0,05	1	0,05	3
	Nuevos competidores	0,2	0,8	4	0,8	1
	localización geográfica	0,05	0,05	4	0,2	2
	Total	1				
	Fortalezas					
	Imagen corporativa y responsabilidad social	0,1	0,4	4	0,4	1
	Liderazgo	0,1	0,4	4	0,4	3
	Conocimiento de procedimientos y procesos	0,15	0,6	4	0,6	4
	Debilidades					

Factores internos	Comunicación	0,15	0,6	1	0,15	1
	Velocidad de respuesta a condiciones cambiantes	0,1	0,1	1	0,1	1
	Marketing Digital	0,1	0,1	1	0,1	1
	Estabilidad laboral	0,05	0,2	1	0,05	1
	Rentabilidad	0,05	0,05	1	0,05	2
	Total	1	6,05		4,25	

Tabla 11 Matriz MPEC estrategias DO. Fuente: elaboración propia.

En relación con la estrategia DO según la matriz MPCÍ, se han seleccionado tres estrategias de gran relevancia. La primera estrategia consiste en implementar metodologías de desarrollo para prevenir tasas de desempleo bajas. Estas metodologías mejoran la calidad del trabajo y optimizan la productividad,

lo que a su vez atrae a más clientes y mejora la rentabilidad en la base de datos. Esto también permite destacarse frente a los nuevos competidores que intenten ingresar al mercado. A nivel interno, se busca establecer un sólido liderazgo para llevar a cabo estas metodologías de manera efectiva, lo que contribuirá al desarrollo del personal y a mantener la estabilidad laboral.

Otra estrategia importante es la realización de una campaña virtual que enfoque en potenciar la innovación y dar a conocer los convenios que Renacer ofrece a sus usuarios. Esto permitirá a los usuarios tomar decisiones informadas al optar por los servicios de Renacer. A

nivel interno, estas estrategias refuerzan la imagen corporativa y mejoran la comunicación con los clientes, lo que resulta en una experiencia más satisfactoria para ellos.

La tercera estrategia busca obtener una comprensión más profunda de los costos y los ingresos, tanto internos como externos. A nivel interno, esto implica la necesidad de llevar un registro más preciso de las actividades y los diagnósticos financieros de la empresa. Adquirir programas de facturación es una medida importante para anticiparse a la inflación y a los posibles impactos económicos en Colombia. En cuanto a los factores externos, se considera la liquidez de Renacer, que es alta debido a su rentabilidad. Se desarrollan estrategias juntamente con el marketing digital para realizar diagnósticos más prolongados y precisos

14.3 Matriz MPEC- Estrategias FA

La matriz MPEC para las estrategias FA brinda preferencia a las acciones que emplean los puntos claves de Renacer LTDA para reducir las amenazas medioambientales. Al otorgar calificaciones, se reconocen las tácticas con mayor potencial para mantener el centro de rehabilitación y fortalecer su lugar en el mercado.

			Estrategias FA		
			Estrategia 1	Estrategia 2	Estrategia 3
	Factores	Importancia	(F4, F5, F6, F7, F8, F10, F11, A6, A7) Dar capacitaciones a los colaboradores acerca de la innovación, tendencias actuales y fomentar la competitividad, con el objetivo de destacar en el mercado sin generar un monopolio.	(F14, A1, A2, A5) Reducir los costos.	(F13, A7) Financiamiento para una campaña de marketing digital con el fin de destacar frente a la competencia.
	Oportunidades				
	Tasa de				0,0

	desempl eo	0,05	3	0,15	5
	Potencia de innovación	0,1	4	0,4	0,1
	Base de datos	0,05	1	0,05	0,0 5
	Normativas de seguridad	0,1	4	0,4	0,4
	Convenios	0,2	4	0,8	0,2
	Amenazas				
	Inflación	0,1	1	0,1	0,4
	Inestabilidad Económica del país	0,1	1	0,1	0,2
	Financiamien to e iniciativas	0,05	2	0,1	0,0 5
	Nuevos competidores	0,2	4	0,8	4 0,8
	localización geográfica	0,05	1	0,05	1 0,05

	Total	1				
Factores internos	Fortalezas					
	Imagen corporativa y responsabilidad social	0,1	4	0,4	4	0,4
	Liderazgo	0,1	4	0,4	4	0,4
	Conocimiento de procedimientos y procesos	0,15	4	0,6	1	0,15
	Experiencia	0,15	4	0,6	2	0,3
	Liquidez	0,05	1	0,05	1	0,05
	Debilidades					
	Comunicación	0,15	4	0,6	4	0,6
	Velocidad de respuesta a condiciones cambiantes	0,1	1	0,1	2	0,2
	Marketing Digital					

		0,1	4	0,4	4	0,4
	Estabilidad laboral	0,05	2	0,1	1	0,05
	Rentabilidad	0,05	1	0,05	1	0,05
	Total	1		6,25		6,25

Tabla 12 Matriz MPEC estrategias FA. Fuente. elaboración propia

Para evaluar las estrategias en el contexto del análisis FODA, se utilizará una ponderación que refleja la importancia de los factores tanto externos como internos. A continuación, se asignará una calificación del 1 al 4 a las estrategias formuladas en función de las fortalezas y amenazas identificadas en la matriz FODA. Una calificación de 4 se considera altamente atractiva, 3 bastante atractiva, 2 algo atractiva y 1 no atractiva. Esta matriz nos permitirá determinar cuál estrategia es la más atractiva entre varias alternativas.

Proporcionar capacitación a los colaboradores sobre innovación, tendencias actuales y fomentar la competitividad. Esto se hace con el objetivo de sobresalir en el mercado sin crear un monopolio. Esta estrategia está alineada con la misión de la empresa Renacer, que se compromete a convertirse en un centro de rehabilitación dedicado a ofrecer servicios de salud de alta calidad y humanos, convirtiéndose en la institución preferida por los pacientes. Además, esta estrategia se adapta a factores del entorno, como la entrada de nuevos competidores, que ha recibido una calificación de 4 y un ponderado de 0.8. Esto

impulsa a la empresa a innovar y mejorar sus servicios de salud para diferenciarse de la competencia sin infringir las leyes antimonopolio. Además, esta estrategia es factible debido a que la empresa cuenta con los recursos y la experiencia necesarios, lo que les otorga una ventaja competitiva frente a futuros competidores.

Reducir los costos. Esta estrategia está alineada con el objetivo de la empresa de proteger su capacidad financiera, garantizando la sostenibilidad y la continuidad de la entidad. También se relaciona con factores externos, ya que las condiciones económicas del país, como la inflación con una calificación de 4 y un ponderado de 0.4 hacia la estabilidad de costos de la empresa, pueden tener un impacto significativo. Sin embargo, esta estrategia no es completamente factible desde el punto de vista económico debido a la baja rentabilidad que la empresa ha experimentado recientemente, y no proporciona una ventaja competitiva clara.

Obtener financiamiento para una campaña de marketing digital con el fin de destacarse frente a la competencia. Esta estrategia es coherente con el objetivo de la empresa de lograr un mayor reconocimiento en el mercado en el ámbito de la prestación de servicios de rehabilitación de salud integral. También está en consonancia con factores del entorno, como la capacidad financiera de la empresa para invertir en una campaña de marketing que posicione a la empresa como una entidad diferenciada de la competencia. Esta estrategia es factible, ya que la empresa cuenta con los equipos, recursos, personal y capacidad financiera necesarios para llevar a cabo la campaña, lo que le otorga una ventaja competitiva.

Estas estrategias se evalúan en función de su alineación con los objetivos de la empresa, su adaptación a los factores del entorno y su viabilidad económica, lo que permitirá identificar la estrategia más atractiva entre las opciones disponibles.

14.4 Matriz MPEC - Estrategias DA

La matriz MPEC para las estrategias DA concede prioridad a las acciones que se limiten las vulnerabilidades de Renacer LTDA y minimicen el efecto de las amenazas. Al otorgar calificaciones, se señalan las tácticas con mayor potencial para vencer debilidades y afrontar amenazas, reforzando así el núcleo en el mercado

			Estrategias DA		
			Estrategia 1	Estrategia 2	Estrategia 3
	Factores	Importancia	(D4, D6, A1, A3, A7) creación de un plan estratégico de marketing digital, con el objetivo de atraer, convertir y retener clientes, con el fin de fortalecer la salud financiera de la empresa y destacarse como líder frente a la competencia	(D1, D2, A2, A5, A8): Creación de entornos donde todos los colaboradores puedan expresarse y trabajar juntos para resolver adversidades de la empresa en el menor tiempo posible.	(D6, A3, A4): Invertir y Diversificar en fondos de inversión con ventajas fiscales como el fondo de inversión renta fija FIC REP - BANCOLOMBIA, entre otros.

	Oportunidades		PA	PTA		PTA	PA	PT A
Factores Externos	Tasa de desempleo	0,05	4	0,2		0,05	1	0,0 5
	Potencia de innovación	0,1	4	0,4		0,4	1	0,1
	Base de datos	0,05	4	0,2		0,05	1	0,0 5
	Normativa s de seguridad	0,1	3	0,3		0,1	1	0,1
	Convenios	0,2	4	0,8		0,2	1	0,2
	Amenazas							
	Inflación	0,1	3	0,3		0,1	4	0,4
	Inestabilidad Económica del país	0,1	1	0,1		0,1	4	0,4
Financiamiento e iniciativas	0,05	2	0,1		0,05	4	0,2	

	Comunicación	0,15	4	0,6		0,6	1	5
	Velocidad de respuesta a condiciones cambiantes	0,1	1	0,1		0,4	1	0,1
	Marketing Digital	0,1	4	0,4		0,1	1	0,1
	Estabilidad laboral	0,05	1	0,05		0,2	1	0,0
								5
	Rentabilidad	0,05	4	0,2		0,05	4	0,2
	Total	1		6,8		4,7		3,3 5

Tabla 13. Matriz MPEC estrategias DA. Fuente: elaboración propia.

En el caso de la Estrategia 1, se ha determinado que la influencia es máxima, con una calificación de 4. Esto se debe a que factores como la tasa de desempleo desempeñan un papel crucial en esta estrategia, ya que pueden afectar la disposición de los consumidores para gastar en el producto. La innovación en marketing es esencial, ya que implica la adopción de nuevas tecnologías y enfoques innovadores para destacar en el mercado. Los convenios también son relevantes, ya que pueden llevar a colaboraciones estratégicas y promociones mutuamente beneficiosas. Sin embargo, es importante destacar que esta estrategia muestra una alta influencia en la mayoría de los factores externos, a

excepción de la inestabilidad económica del país y la ubicación geográfica. La inestabilidad económica puede limitar el poder adquisitivo de los consumidores, y la ubicación geográfica puede influir en la disponibilidad de información y la competencia en la zona.

En cuanto a los factores internos, la mayoría de ellos ejercen una fuerte influencia en esta estrategia. La imagen corporativa, el liderazgo y la experiencia son activos estratégicos que pueden influir en la efectividad de un plan de marketing digital. Una imagen sólida atrae a los clientes, un liderazgo eficaz guía la estrategia y la experiencia perfecciona las operaciones. La combinación de estos factores puede fortalecer la posición financiera de la empresa y consolidar su liderazgo en la industria.

En el caso de la Estrategia 2, la mayoría de los factores externos no influyen en su implementación, excepto la importancia de la innovación, que juega un papel crucial en un entorno en constante evolución. En cambio, los factores internos, como la imagen corporativa, el liderazgo, la experiencia y la estabilidad laboral, ejercen una fuerte influencia en esta estrategia. Una buena imagen corporativa motiva a los empleados, el liderazgo efectivo genera compromiso y una buena comunicación, y la experiencia permite resolver problemas de manera eficiente. La estabilidad laboral genera confianza en los colaboradores y les permite planificar a largo plazo con seguridad. En contraste, factores como el marketing digital y la rentabilidad no tienen un impacto directo en esta estrategia, ya que se centra en la eficiencia en la toma de decisiones. No obstante, pueden influir de manera indirecta en la cultura organizacional, la motivación y la disponibilidad de recursos.

En la tercera estrategia, tanto los factores externos como los internos influyen en su implementación. Las oportunidades externas tienen una influencia limitada, mientras que las amenazas, como la inflación, la inestabilidad económica del país y las opciones de financiamiento, ejercen una influencia significativa en la estrategia. Esto se debe a que esta estrategia se enfoca en diversificar los fondos para invertir en renta fija a través de diferentes bancos, y los factores mencionados afectan la rentabilidad de la inversión. En cuanto a los factores internos, el liderazgo y la liquidez son las fortalezas con mayor influencia, ya que un fuerte liderazgo puede tomar decisiones informadas para optimizar los beneficios fiscales y la liquidez garantiza que el fondo pueda cumplir con los requisitos fiscales y las necesidades de los inversionistas. La rentabilidad se ve afectada por el riesgo inherente de invertir en fondos de inversión, pero sigue siendo un elemento central en la toma de decisiones de inversión y diversificación.

26.DOFA

El análisis DOFA es una herramienta que permite a Renacer LTDA evaluar su situación actual considerando factores internos y externos. Creando una perspectiva global la cual facilita la identificación de estrategias para sacar provecho de sus fortalezas, además de superar las debilidades, capitalizar oportunidades y mitigar amenazas, permitiendo una toma de decisiones más informada y un rumbo estratégico más coherente.

DOFA	
Factores internos	Factores externos
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - (F1) Imagen corporativa y responsabilidad social - (F2) Liderazgo - (F3) Conocimiento de procedimientos y procesos - (F4) Capacidad de innovación - (F5) Intensidad de la mano de obra en el servicio - (F6) Nivel tecnológico utilizado en el servicio - (F7) Herramientas y equipos suficientes - (F8) Motivación - (F9) Sentido de pertenencia - (F10) Nivel académico de los colaboradores - (F11) Experiencia - (F12) Liquidez - (F13) Capacidad de endeudamiento 	<ul style="list-style-type: none"> • (O1) Tasa de desempleo • (O2) Gasto público • (O3) Seguridad informática • (O4) Disponibilidad de software • (O5) Potencia de innovación • (O6) Base de datos • (O7) Normativas de seguridad • (O8) Legislación Salarial • (O9) Convenios • (O10) Alianzas

<ul style="list-style-type: none"> - (F14) Estabilidad de costos 	
<p>Debilidades</p>	<p>Amenazas</p>
<ul style="list-style-type: none"> - (D1) Comunicación - (D2) Velocidad de respuesta a condiciones cambiantes - (D3) Desarrollo Web - (D4) Marketing Digital - (D5) Estabilidad laboral - (D6) Rentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> - (A1) Inflación - (A2) Inestabilidad Económica del país - (A3) Impuestos - (A4) Financiamiento e iniciativas - (A5) Periodos gubernamentales - (A6) Leyes antimonopolio - (A7) Nuevos competidores - (A8) Dificultad de transporte terrestre - (A9) localización geográfica

	- (A10) Residuos producidos.
--	------------------------------

Tabla 14: DOFA. Fuente: elaboración propia

14.1 Estrategias DOFA

Las estrategias que surgen del análisis DOFA son vitales para Renacer LTDA, ya que le permiten trazar un camino sólido hacia el éxito. No se trata solamente identificar las fortalezas y debilidades, sino de correlacionarlas con las oportunidades y amenazas del entorno para definir acciones concretas. Estas estrategias guían a Renacer LTDA a la hora de aprovechar sus ventajas, superar obstáculos, defenderse de la competencia y minimizar riesgos. En definitiva, sirven como camino para alcanzar los objetivos propuestos y consolidarse en el mercado.

Estrategias DOFA	
FO	DO
<ul style="list-style-type: none"> - (F6; O6) Hacer uso de la tecnología manejada de la empresa en las páginas de aterrizaje o en Landing Pages para la obtención de nuevos registros de los usuarios entrantes. - (F3; O10) Realizar una asociación o comunidad con empresas prestadoras de servicio de la salud para ofertar conjuntamente los servicios habilitados de la salud. - (F10; F7;F6;O5;O6)Trabajar en conjunto con los trabajadores, para desarrollar un prototipo que mejore y optimice el proceso en la realización de las terapias. - (F4; F3;F9;F5;F11;O9;O10) Deseamos comunicar a la comunidad acerca de los servicios que brindamos y compartir nuestras 	<ul style="list-style-type: none"> - (D1; D5;O8;O1) Desarrollar políticas de compensación claras para lograr una equidad de retribución salarial. - (D3; D2;O4;O7;O5) Implementar metodologías ágiles de desarrollo “Agile model” para fomentar una filosofía de trabajo innovadora y mejorada.(software empresarial) - (D4; D6;D1;O9,O10) Se propone llevar a cabo una campaña virtual para informar sobre los beneficios de formar parte de Renacer, detallando sus procedimientos de atención integral y especializada. - (D3; O6;O2;O3) Examinar el sistema de facturación POS con el fin de obtener una comprensión más profunda de los costos,

<p>experiencias con el fin de establecer colaboraciones y acuerdos que nos permitan incrementar nuestra base de usuarios.</p> <p>- (F1; F12;F13;F14;O2,O12;O1)</p> <p>Destinar recursos a la infraestructura y llevar a cabo modificaciones en los logotipos y letreros exteriores de Renacer, con el propósito de mejorar la visibilidad de su ubicación para la unidad También se considera</p>	<p>ingresos tanto internos como externos, y así facilitar un diagnóstico financiero más preciso.</p> <p>- (D6: O9; O10) reestructuración de los convenios previamente establecidos, creando nuevos aliados estratégicos.</p>
---	--

<p>posible expansión hacia sus alrededores, para brindar un mayor alcance.</p> <p>-(F1; F2;F8;O8;O10)</p> <p>Mediante la implementación de diversas actividades, se pretende potenciar la comunicación, confianza y motivación, demostrando el compromiso existente tanto con los colaboradores como con los usuarios, con el objetivo de ofrecer un servicio de alta calidad</p> <p>(F4; F7;07;O8;O3;O4)</p> <p>Diagnosticar el estado del software que se utiliza en renacer, para la comprobación de bases de datos normativas de seguridad, número de empleados, gastos, ingresos, entre otros.</p>	
FA	DA

<ul style="list-style-type: none"> • (F1, F2, F3, F9, A10) Brindar a los empleados programas educativos y de capacitación sobre el impacto negativo de los residuos producidos en la empresa, y compartir esta iniciativa en redes para mostrar el compromiso de la empresa. - (F4, F5, F6, F7, F8, F10, F11, A6, A7) Dar capacitaciones a los colaboradores acerca de la innovación, tendencias actuales y fomentar la competitividad, con el objetivo de destacar en el mercado sin generar un monopolio. <ul style="list-style-type: none"> • (F14, A1, A2, A5) Reducir los costos. • (F12, A3, A4) Crear una colaboración con organizaciones sin ánimo 	<ul style="list-style-type: none"> - (D4, D6, A1, A3, A7) creación de un plan estratégico de marketing digital, con el objetivo de atraer, convertir y retener clientes, con el fin de fortalecer la salud financiera de la empresa y destacarse como líder frente a la competencia - (D1, D2, A2, A5, A8): Creación de entornos donde todos los colaboradores puedan expresarse y trabajar juntos para resolver adversidades de la empresa en el menor tiempo posible. - (D6, A3, A4) Invertir y Diversificar en fondos de inversión con ventajas fiscales como el fondo de inversión renta fija FIC REP - BANCOLOMBIA, entre otros. - (D3, A9) Ampliar áreas en el sitio Web con el propósito de brindar mayor comodidad a los usuarios que puedan enfrentar dificultades
---	--

<p>de lucro y hacer pequeñas donaciones con el propósito de optimizar los impuestos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • (F11, A8, A9) Elaboración de un 	
<p>plan de contención inspirado en el bloqueo de vías, para reducir su impacto</p> <ul style="list-style-type: none"> - (F13, A7) financiamiento para una campaña de marketing digital con el fin de destacar frente a la competencia. 	<p>debido a su ubicación por ser zona roja.</p> <ul style="list-style-type: none"> - (D5, A6) Reestructurar los contratos laborales y distinguir por evitar los contratos por prestación de servicios. - (D3, D4, A10) crear una campaña de concienciación sobre residuos nuestras redes sociales y el sitio web

Tabla 15: Estrategias DOFA. Fuente: elaboración propia.

15. ANÁLISIS DE VULNERABILIDAD

El análisis de vulnerabilidad es como un chequeo médico para la empresa Renacer LTDA. Así como un médico examina a un paciente para detectar enfermedades y prevenir problemas de salud, el análisis de vulnerabilidad busca "síntomas" de riesgos potenciales en la empresa. Que a su vez Identifica "puntos débiles" (como sistemas informáticos desactualizados o falta de planes de emergencia) que podrían "enfermar" a la organización si no se tratan a tiempo C Todo esto es el análisis de vulnerabilidad, tratar de anticiparte a la amenaza, y tener un plan de contingencia en caso de que llegase a ocurrir.

Impacto de la amenaza	Probabilidad de ocurrencia	Probabilidad de ocurrencia por impacto de amenaza	Capacidad de reacción
--------------------------	-------------------------------	--	--------------------------

<p>Dentro de esta categoría, primero habría analizar la amenaza, dado que el impacto depende de la magnitud de esta, el impacto va en una escala de 0 - 10 no obstante el si el impacto obtenido es 0 las consecuencias serían leves para la empresa, pero si por el contrario el resultado obtenido es 10 esta amenaza tendría unas consecuencias muy delicadas para la empresa.</p>	<p>La ocurrencia es que tan probable es que suceda el suceso, esta se evalúa en una escala de 0 - 1 donde 0 es una amenaza con poca probabilidad de que suceda, pero si está el puntaje obtenido es un 1, es demasiado probable que suceda, en este momento se comienza a buscar posibles soluciones para estas amenazas, si el resultado es de 0,5 ambas probabilidades son iguales por lo que se tendría un margen limitado de</p>	<p>Esta se determina a partir del impacto de la amenaza multiplicado por la probabilidad de ocurrencia, el resultado de esta operación da a conocer la probabilidad que tiene esta amenaza de suceder, si el resultado obtenido es 0 indica que la probabilidad de que suceda esta amenaza sea nula, pero si resulta ser lo contrario y la probabilidad da 10 sería muy caótica debido a que esta amenaza si sería</p>	<p>La capacidad de reacción se refiere a la preparación frente las diferentes amenazas que puedan suceder dentro de la empresa, donde se evalúa en una escala de 0 - 10, donde 0 se refiere a que no tienen una capacidad de reacción de reacción lo que quiere decir que, si una amenaza de estas afecta a la empresa, esta no tendría opciones para contrarrestar esta amenaza, pero si la capacidad de reacción es de 10</p>
---	--	--	---

	ocurrencia.	muy probable que pasara.	quiere decir que a pesar de la amenaza sucediese la empresa está preparada para mitigar de cierta manera el impacto.
--	-------------	--------------------------	--

Tabla 16 Análisis de vulnerabilidad. Fuente: elaboración propia.

En esta parte de análisis ya se aterriza un poco las amenazas que pueden ocurrirle a la organización y se clasifican en una amenaza ya previamente identificada en el DOFA, se derivan unas posibles amenazas las cuales se clasifican en la consecuencia que puede generar la posible amenaza, el impacto la probabilidad de ocurrencia, la capacidad de reacción y el grado de vulnerabilidad, todo esto con el objetivo de crear un plan de contingencia, para que en caso de que ocurra no genere demasiados daños, o la empresa sepa reaccionar ante esta posible amenaza

Análisis de vulnerabilidad							
puntual	Amenaza	Conse	Impacto de la amenaza (0-10)	Probabilidad de ocurrencia (0-1)	Probabilidad de ocurrencia por impacto de amenaza (0-10)	Capacidad de reacción (0-10)	Grado de vulnerabilidad

		cuencia					
Imagen corporativa y responsabilidad social	Daño de la imagen corporativa por algún escándalo infantil	Pérdida de clientes	10	0,001	0,01	1	IV
Intensidad de la mano de obra en el servicio	Empeorar la calidad del servicio	quejas y disminución de clientes	4	0,2	0,8	8	III
Estabilidad Laboral	Reclutamiento de los empleados por otras empresas	Nuevos procesos de reclutamiento con personal menos capacitado					

			9	0, 6	5, 4	3	I
Liquidez	No tener liquidez	No tener dinero para pagar las deudas de la empresa	10	0, 1	1	3	IV
Rentabilidad	No tener rentabilidad	Disminución de costos, reducción del personal	10	0, 7	7	3	Indefenso
	Reformas en contra de las empresas privadas	Dificultades con las nuevas políticas y posible cierre de la empresa					

Inestabilidad económica del país			10	0,001	0,01	1	Vulnerable
periodos gubernamentales	Cambios de presidentes y alcaldes entre otros	nuevas políticas	4	1	4	8	Preparado
convenios	Se acaben los convenios	Disminución de pacientes	10	0,25	2,5	4	Vulnerable
dificultad del transporte terrestre	Cierre de vías	Dificultad para conseguir insumos y movilidad reducida	8	0,5	4	3	Vulnerable

Marketing Digital	Fraude Programático y mala segmentación	Pérdida de inversión, daños a la reputación y la falta de alcance a clientes potenciales.	6	0,4	2,4	1	Vulnerable
Liderazgo	Conflictos internos y falta de apoyo	Pérdida de rumbo de la empresa	6	0,8	4,8	6	Preparado

Tabla 17 Análisis de vulnerabilidad. Fuente: elaboración propia.



Tabla 18 Matriz de análisis vulnerabilidades. Elaboración propia

En el análisis de vulnerabilidad encontramos que por medio de las fortalezas de la empresa podemos enfrentar de manera satisfactoria a las amenazas, además de sacar provecho a sus oportunidades para mitigar las debilidades, para este análisis hay que tener en cuenta los posibles focos de fragilidad, nivel del riesgo, capacidad de reacción, y posibilidad de ocurrencia todo esto se evalúa y se saca un puntaje según los factores mencionados anteriormente.

15.1 Cuadrantes

Estos cuadrantes se miden por medio de los ejes; en el eje Y el impacto de la amenaza x la probabilidad de que ocurra y en el X la capacidad de reacción, finalmente se dividen en cuatro cuadrantes; indefensa, vulnerable, en peligro, preparada

15.1.1 Indefensa

Se considera indefensa cuando la probabilidad y el impacto es alto y su capacidad de reacción es baja, es decir como su nombre lo indica queda indefensa ante esta amenaza. Causando un daño sobre la empresa, por ello el objetivo de la estrategia debe ir ligado a mejorar la capacidad de reacción para que los daños no pasen a mayores.

Cabe aclarar que esta es la peor situación en la que una empresa se puede ver envuelta.

15.1.2 Vulnerable

Se considera vulnerable cuando el impacto y la probabilidad de que ocurra es baja y su capacidad de respuesta es baja, esto pasa porque, aunque es poco probable que pase no hay una capacidad de respuesta dejando la empresa expuesta ante la amenaza causando incertidumbre sobre si puede que suceda o no, la gran amenaza de ser vulnerable es que no sabes en qué momento va a ocurrir una emergencia además de no estar preparado para mitigar los daños hacia la misma. por ende, la estrategia debe apuntar a mejorar la capacidad de reacción ante esta eventualidad para estar segura

15.1.3 En Peligro

Como su nombre lo indica es porque la empresa puede encontrarse en peligro si los planes de contingencia no están bien diseñados, dado que la probabilidad de que suceda la amenaza es grande por eso hay que estar prevenidos para minimizar los daños y que la oportunidad de recuperarse esté al alcance de la

empresa, esta vulnerabilidad representa una alerta Naranja, es decir, hay estar atentos.

15.1.4 Preparada

De las clasificaciones esta sería la ideal dado que la probabilidad de que esta suceda es bajo y la capacidad de reacción es alta lo que le permite a la empresa asumir el riesgo de una mejor manera, manteniéndose al margen de la amenaza.

15.2 Imagen corporativa y responsabilidad social

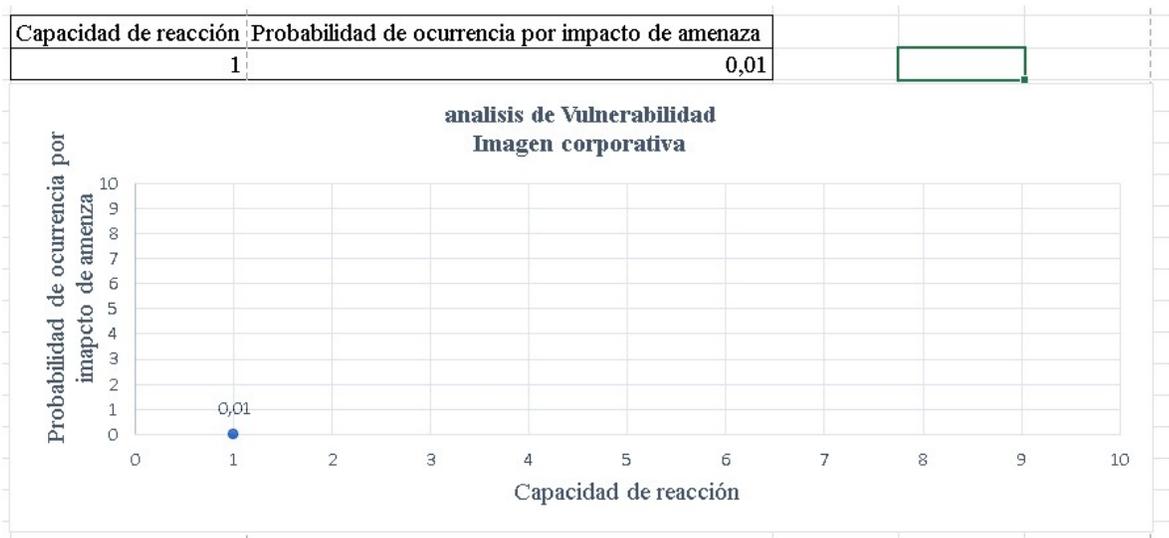


Ilustración 1. Análisis de vulnerabilidad Imagen corporativa. Fuente: Elaboración propia

La imagen corporativa se podría ver amenazada en una situación donde la causante sea un escándalo infantil, teniendo como consecuencia la mala imagen de la empresa renacer, y el reconocimiento de ella esta situación tendría un impacto de 10, este escenario no es muy probable con un 0.001 que esto equivale a un 0.01% , dando como probabilidad de ocurrencia por impacto un 0.01, y la empresa tendría una capacidad de reacción de 1, esto haría que se

ubicará en el cuadrante IV, siendo el cuadrante de vulnerable, dando a entender que renacer sería vulnerable antes una situación de esta.

Estrategia (F1; F2;F8;O8;O10) Mediante la implementación de diversas actividades, se pretende potenciar la comunicación, confianza y motivación, demostrando el compromiso existente tanto con los colaboradores como con los usuarios, con el objetivo de ofrecer un servicio de alta calidad

15.3 Intensidad de la mano de obra en el servicio:

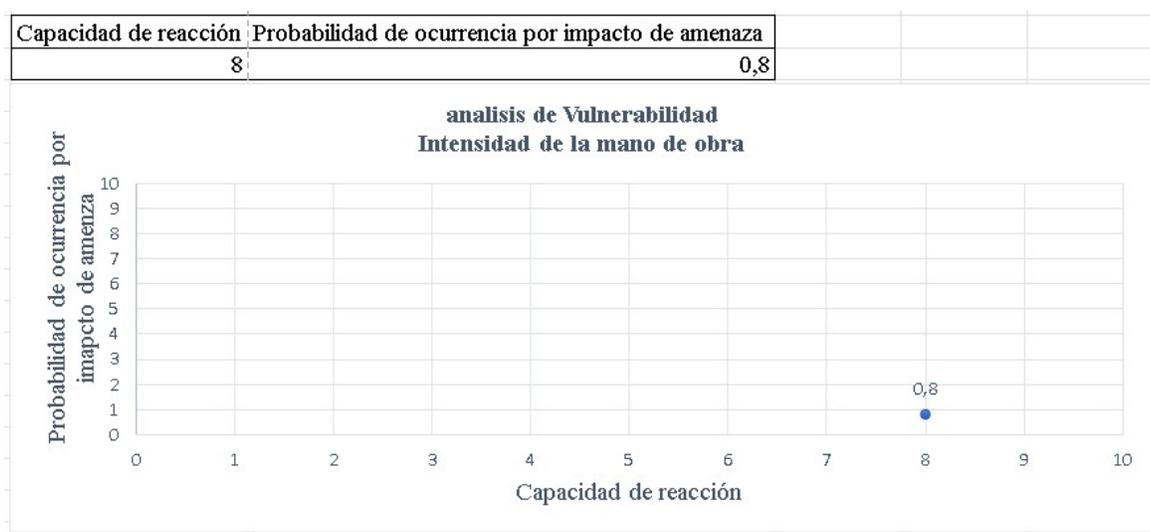


Ilustración 2 Análisis de vulnerabilidad Intensidad de la mano de obra. Fuente: Elaboración propia

La intensidad de la mano de obra en el servicio podría tener un amenaza como empeorar la calidad de servicio, generando quejas acerca del servicio, disminuyendo el volumen de los usuarios, por otro lado el impacto de esto sería de 4, con una probabilidad de ocurrencia del 0,2 que equivale el 20%, dando como probabilidad de ocurrencia por impacto un 0.8, y la capacidad de reacción sería de 8, esto nos da la ubicación del cuadrante III, siendo el cuadrante de preparada, por lo que la empresa estaría preparada para una situación de estas.

Estrategia (F4, F5, F6, F7, F8, F10, F11, A6, A7) Dar capacitaciones a los colaboradores acerca de la innovación, tendencias actuales y fomentar la competitividad, con el objetivo de destacar en el mercado sin generar un monopolio.

15.4 Estabilidad laboral:

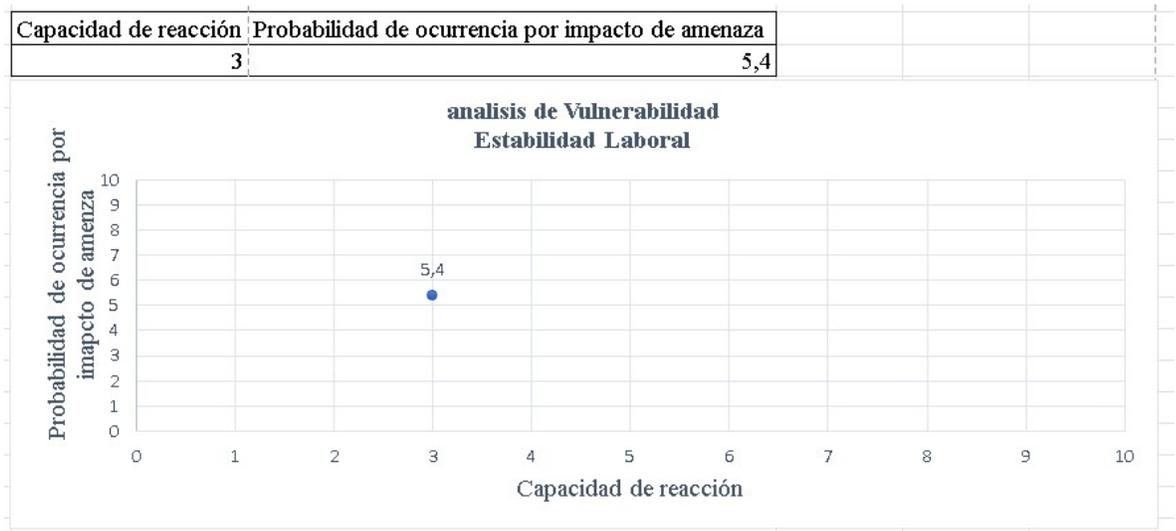


Ilustración 3 Análisis de vulnerabilidad Intensidad de la mano de obra.

Fuente: Elaboración propia

La estabilidad laboral tendría una amenaza en caso de que otras empresas entren en procesos de reclutamiento, y estas empiezan a hacer ofertas laborales a los colaboradores de renacer, con una remuneración mejorada y bonos, este impacto será de 9, debido a que tendrá como consecuencia nuevos reclutamientos con personas menos experimentadas, la probabilidad de que esto ocurra es de 0,6 que equivale al 60%, generando una probabilidad de ocurrencia por impacto de 5,4, renacer tiene una capacidad de respuesta de 3, ubicando esta amenaza en el cuadrante I, este cuadrante es el cuadrante de indefenso, ya que

no tendría la capacidad de reaccionar a este impacto.

Estrategia (D1; D5; O8; O1) Desarrollar políticas de compensación claras para lograr una equidad de retribución salarial.

15.5 Liquidez:

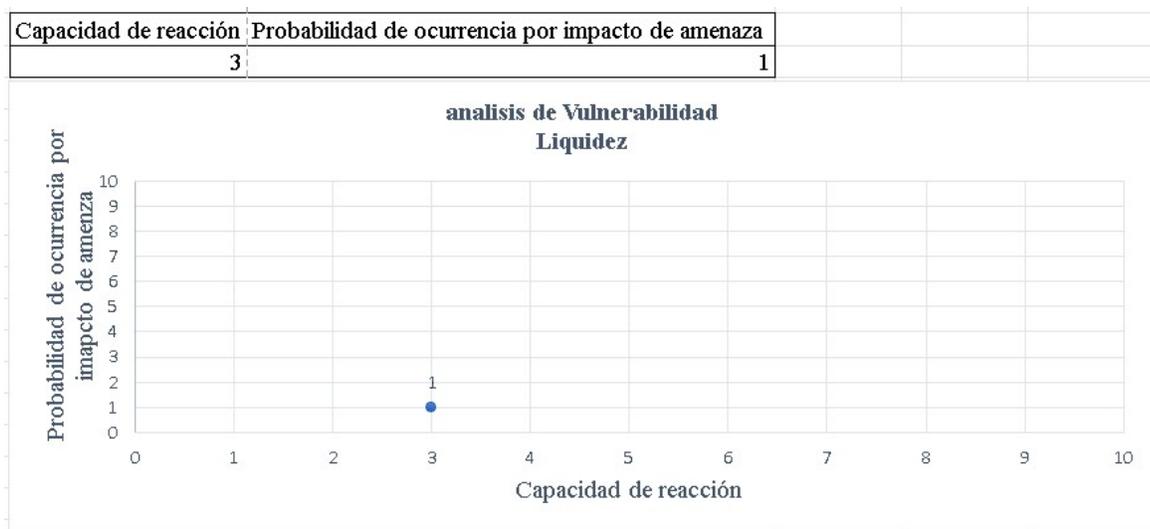


Ilustración 4 Análisis de vulnerabilidad Liquidez. Fuente: elaboración propia.

La liquidez de Renacer se vería amenazada, con el no tener liquidez, dado que la empresa no podría solventar sus deudas, además de limitar las inversiones, capital de trabajo, modificaciones entre otros., este impacto en renacer sería catastrófico, con un impacto de 10, con una posibilidad del 0,1 este número equivale a 10%, lo cual da como resultado una probabilidad de ocurrencia por impacto de 1, con una capacidad de respuesta de 3, como consecuencia esta amenaza se localizara en el cuadrante IV siendo el cuadrante de vulnerable, esto da a entender que renacer sería vulnerable antes una situación de esta.

Estrategia (D6, A3, A4): Invertir y Diversificar en fondos de inversión con

ventajas fiscales como el fondo de inversión renta fija FIC REP -

15.6 Rentabilidad:

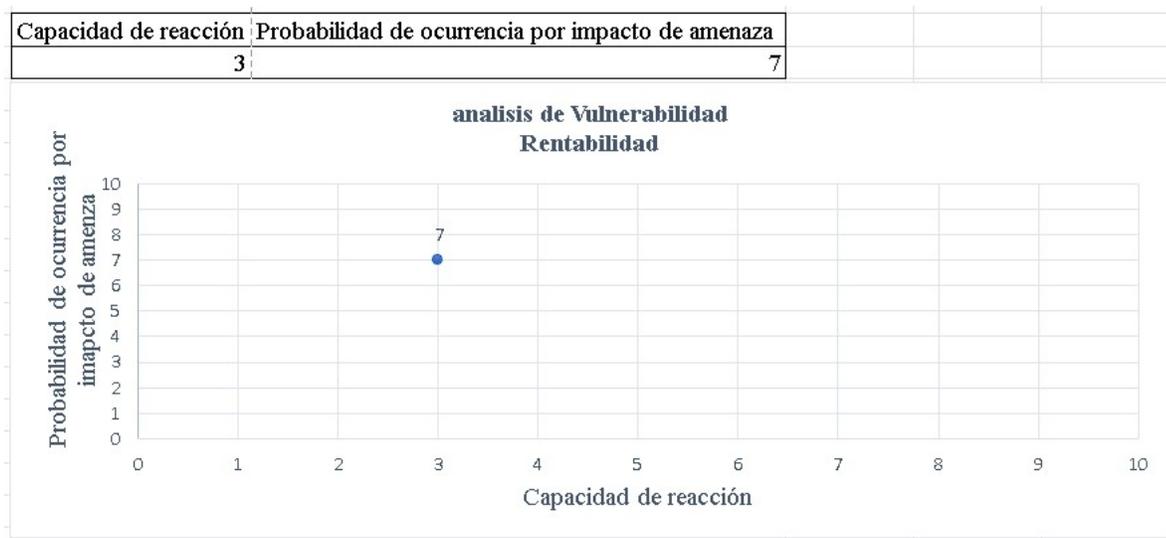


Ilustración 5 Análisis de vulnerabilidad. Rentabilidad. Fuente: elaboración propia.

La rentabilidad podría tener un deterioro de la rentabilidad, esto es una amenaza con un impacto gigante dentro de la empresa, se clasifica como 10, dado que esto llevaría a que la empresa tome decisiones apresuradas para disminuir los costos y sobrevivir, este tipo de decisiones podrías ser, reducción del personal, o disminución de costos, la probabilidad de que este suceso ocurra es de 0.7 lo que es un equivalente a 70%, esto se debe a que la rentabilidad de la empresa es muy baja, el resultado de la probabilidad de ocurrencia por impacto es de 7, con una capacidad de reacción de 3, ubicando esta amenaza en el cuadrante I; el cuadrante I es indefenso, ya que no tendría la capacidad de reaccionar a este suceso.

Estrategia (D6, A3, A4): Invertir y Diversificar en fondos de inversión con ventajas fiscales como el fondo de inversión renta fija FIC REP –

15.7 Inestabilidad económica del país:

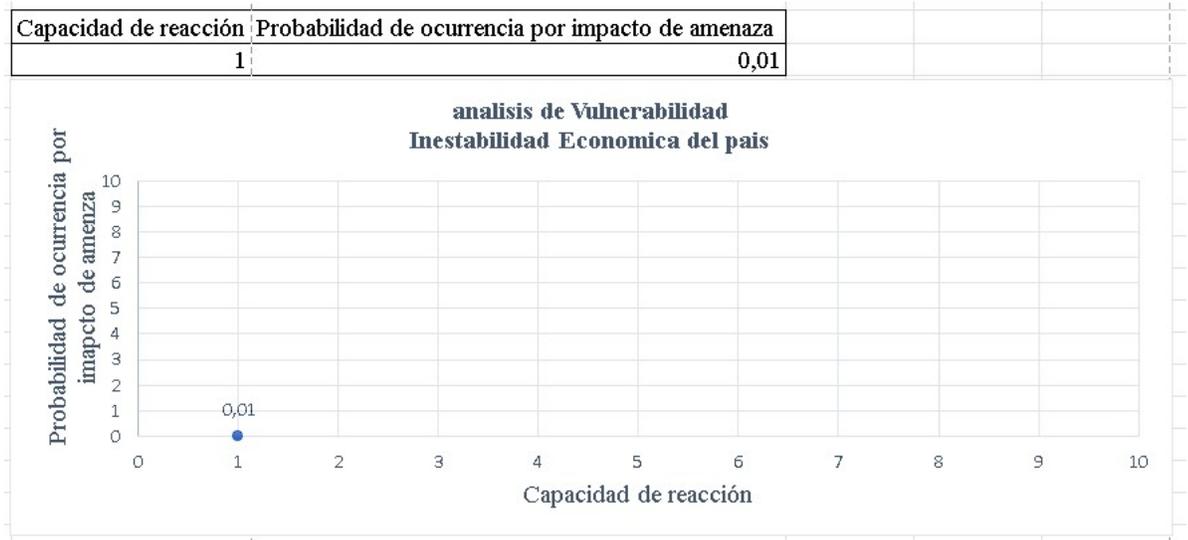


Ilustración 6 Análisis de vulnerabilidad. Inestabilidad económica del país. Fuente: elaboración propia.

La inestabilidad económica del país se considera una amenaza riesgosa no sólo para Renacer sino también para las entidades privadas o públicas, esta amenaza cuenta con una calificación de 10, a causa de que esto podría generar dificultades en las empresas, gracias a las nuevas políticas, que podría hacer cerrar algunas empresas, la probabilidad de que este suceso suceda es de 0,001, lo cual es equivalente a 0.01%, dando como probabilidad de ocurrencia por impacto un 0.01, con una capacidad de reacción 1, ubicando esta amenaza en el cuadrante IV siendo el cuadrante de vulnerable, esto da como consecuencia a que renacer sería vulnerable antes una situación de esta.

Estrategia (F14, A1, A2, A5) Reducir los costos.

15.8 Periodos gubernamentales:

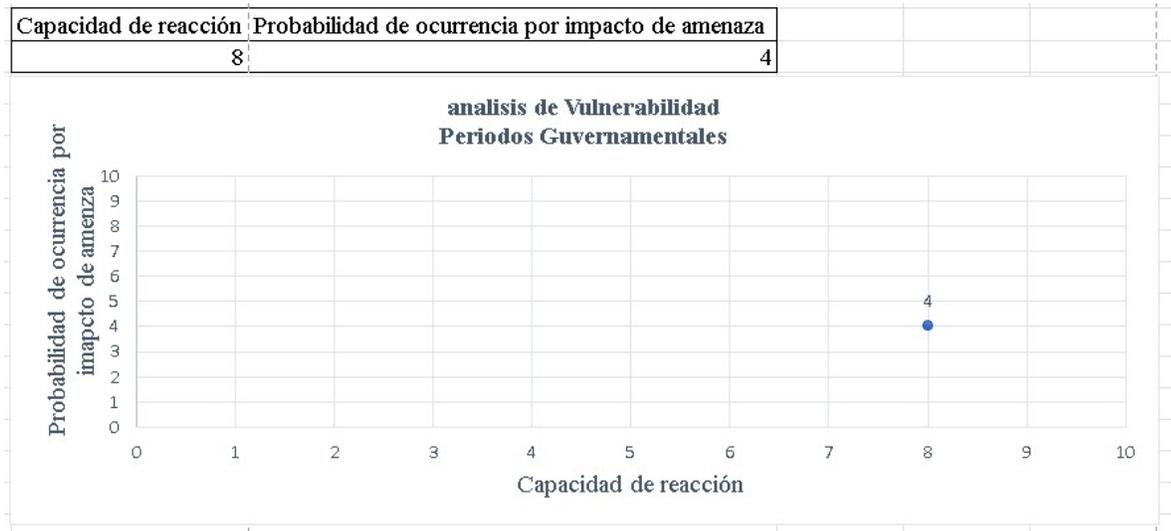


Ilustración 7 Análisis de vulnerabilidad. Inestabilidad económica del país. Fuente: elaboración propia.

Cada 4 años los perdidos gubernamentales van cambiando, por lo que son un factor a analizar, esto debe gracias a que hay diferentes propuestas y formas de gobierno, lo cual genera que se varíe la economía nacional, esto puede ser tanto para bien como para mal, es una amenaza que equivale a 4 , porque hay cambios en las políticas, este factor es muy probable que pase debido a que se cambia cada 4 años, la probabilidad de que pase es de 1, siendo la probabilidad de ocurrencia por impacto de 4, con una capacidad de reacción de 8, lo que ubica a esta amenaza en el sector III, esto dice que renacer está preparada para esta amenaza.

Estrategia (D1, D2, A2, A5, A8): Creación de entornos donde todos los colaboradores puedan expresarse y trabajar juntos para resolver adversidades de la empresa en el menor tiempo posible.

15.9 Convenios:

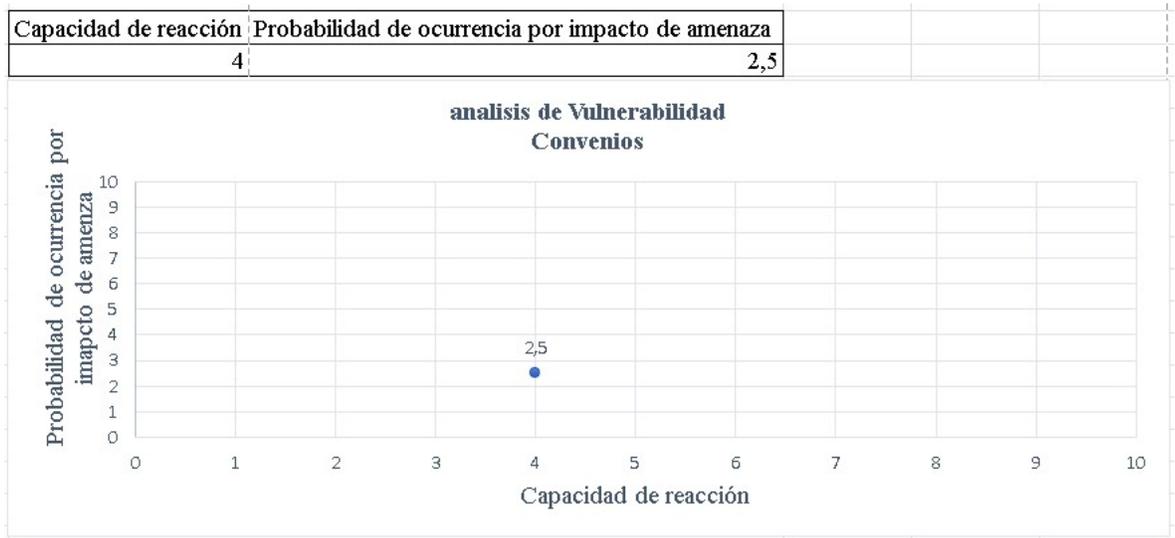


Ilustración 8 Análisis de vulnerabilidad. Convenios. Fuente: elaboración propia.

Convenios podría ser una amenaza de 10, ya que en caso dado de que los convenio de renacer se acaban, afecta de forma directa a renacer, dando como consecuencia que la disminución de pacientes, la probabilidad de este suceso es de 0.25, equivalente a un 25%, esto da un resultado de probabilidad de ocurrencia por impacto de 2.5, pero si esto llega a ocurrir a día de hoy renacer tendría una reacción de 4 puntos de 10 buscando nuevos lazos para poder reemplazar estas alianzas ya terminadas, donde esta empresa tendría un IV grado de vulnerabilidad siendo vulnerable hacia esta situación , esto ayuda a rendir informes a la empresa para dar a conocer un posible futuro problema que se puede llegar a presentar en algún momento.

Estrategia (D6: O9; O10) reestructuración de los convenios previamente establecidos, creando nuevos aliados estratégicos.

15.10 Dificultad de transporte terrestre:

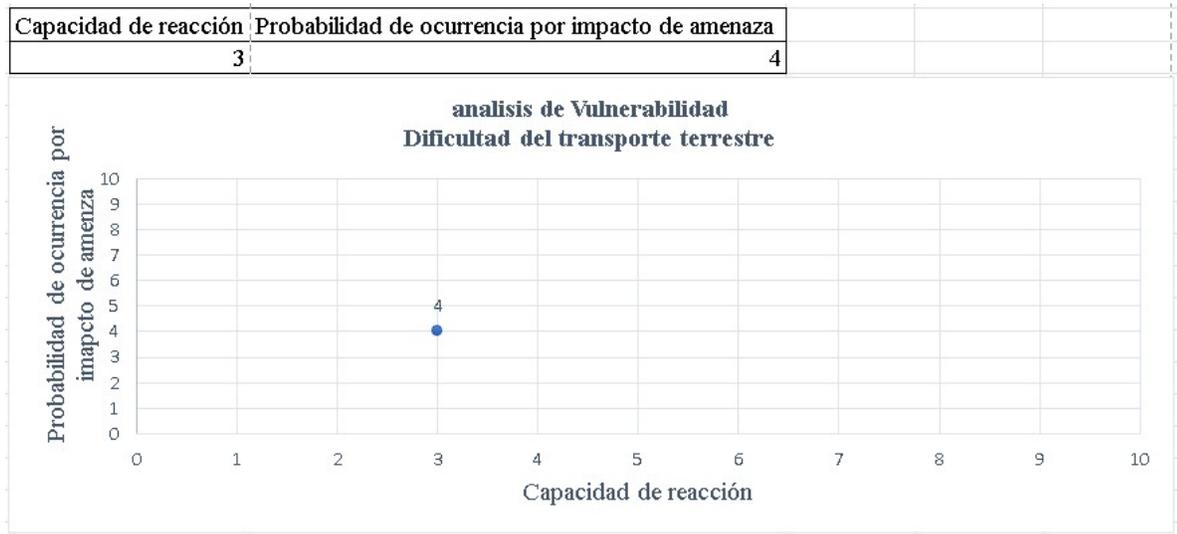


Ilustración 9 Análisis de vulnerabilidad Dificultad de transporte terrestre. Fuente: elaboración propia.

La dificultad de transporte sería una amenaza alta con una calificación de 8 debido a que solo hay 3 vías, que comunican el Cauca con otros departamentos, de las cuales todas representan una problemática ya sea derrumbes, es destapada, o lo más común dentro del departamento los bloqueos, que nos imposibilitan, la entrada al Valle del Cauca el cual es un pilar para la economía caucana dado que dentro de la misma no existe industria, que le permita abastecerse de insumos por lo que hay que recurrir a otras ciudades, teniendo no solo como consecuencia la incomunicación con el centro del país, si no que habría dificultad para conseguir los insumos por otro lado, la probabilidad de que esto suceda es de 0.5, siendo un equivalente a 50%, dando como resultado de probabilidad de ocurrencia por impacto de 4, teniendo una capacidad de reacción de nivel 3 por lo que es ubicado en un grado IV siendo la empresa vulnerable.

Estrategia (F11, A8, A9) Elaboración de un plan de contención inspirado en el bloqueo de vías, para reducir su impacto

27.14 Marketing digital:



Ilustración 10 Análisis de vulnerabilidad Marketing Digital. Fuente: elaboración propia.

El marketing digital podría verse afectado por un fraude programático y una mala segmentación, lo que se considera una amenaza de nivel medio con una calificación de 6. Las posibles consecuencias de esta amenaza incluyen la pérdida de inversión, daños a la reputación y la falta de alcance a clientes potenciales. La probabilidad de que esta amenaza ocurra es del 40%, siendo la probabilidad de ocurrencia por impacto de 2.4, ante esta amenaza, la empresa renacer tendría una capacidad de respuesta de 1, por lo que esta amenaza sería ubicada en el cuadrante IV el cual es el cuadrante de vulnerable.

Estrategia (F13, A7) financiamiento para una campaña de marketing digital con el fin de destacar frente a la competencia.

15.11 Liderazgo:

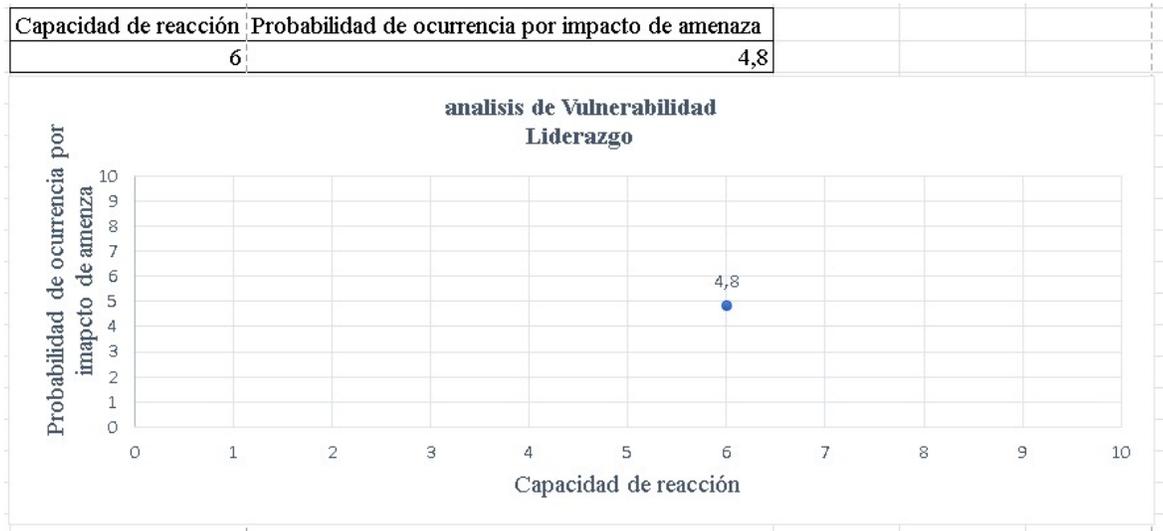


Ilustración 11. Análisis de vulnerabilidad Liderazgo Fuente: elaboración propia.

El liderazgo de la empresa sería afectado por conflictos internos y falta de apoyo, esta amenaza seria, y se califica como 6, ya que podría tener como consecuencia la pérdida de rumbo de la empresa impactando directamente en el entorno interno de la empresa, este suceso tiene una probabilidad de ocurrencia de 0.8 o de 80%, siendo la probabilidad de ocurrencia por impacto de 4.8, ante este suceso renacer tendría una capacidad de respuesta de 6, eso ubica esta amenaza en el cuadrante III, este es el cuadrante de preparado.

Estrategia (D3; D2;O4;O7;O5) Implementar metodologías ágiles de desarrollo “Agile model” para fomentar una filosofía de trabajo innovadora y mejorada.(software empresarial)

16. MATRIZ PEEA

La matriz PEEA (Posición Estratégica y Evaluación de la Acción) es una herramienta de gran importancia para Renacer LTDA dado que le permite visualizar y analizar su posición estratégica en el entorno competitivo. A diferencia de otras matrices que se centran en factores internos o externos por separado, la PEEA integra ambos para obtener una visión más completa donde el resultado indica cómo se comporta la empresa si Conservadora, agresiva, defensiva y Competitiva

Matriz PEEA							
Estabilidad ambiental	calificación						Promedio
inflación		*					
Competidores				*			
Escala de precios				*			
Variabilidad de la demanda				*			
Cambios tecnológicos					*		
Frecuencia del factor				9			2,8
Fuerza de la industria	calificación						Promedio
	0						
Estabilidad financiera				*			
Aprovechamiento de recursos				*			

Know How							*	
Productos sustitutos				*				
Productividad						*		
Frecuencia del factor								4
Ventaja competitiva	calificación							Promedio
	0							
Participación en el mercado					*			
Calidad del producto							*	
Control sobre los proveedores							*	
Lealtad de los clientes						*		
Imagen Corporativa						*		
Portafolio de servicios							*	
Calidad del servicio al cliente							*	
Frecuencia del factor								5,42 857
								142 9
Fuerza financiera	calificación							Promedio
Apalancamiento						*		

Liquidez						*		
Rentabilidad			*					
Capacidad de endeudamiento							*	
Utilidad			*					
Frecuencia del factor								4

Tabla 19 Matriz PEEA. Fuente: Elaboración propia.

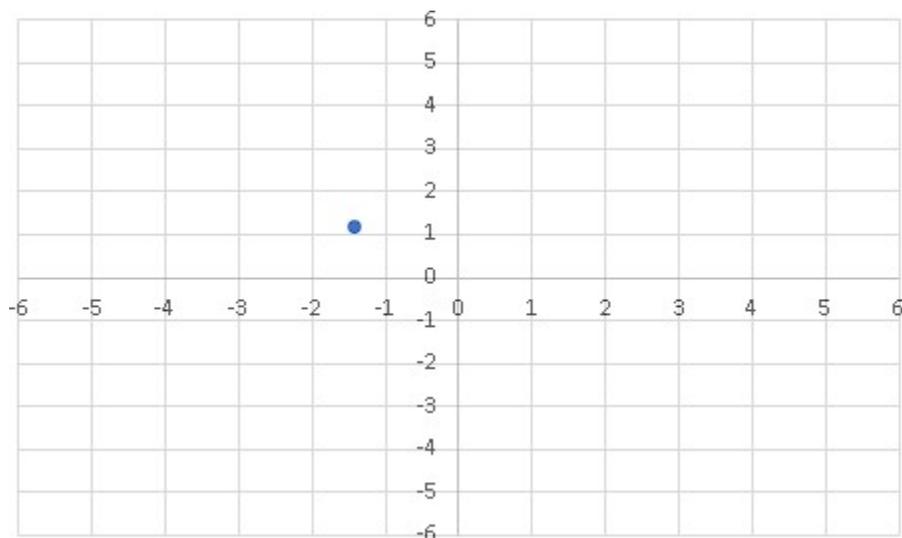


Ilustración 12 Análisis de cuadrante. Fuente: Elaboración propia.

El análisis de la matriz revela que Renacer Ltda se encuentra en el cuadrante de perfil conservador. La suma de los promedios de las dimensiones externas e internas dio como resultado un valor de -1.428 en el eje X, que refleja la fuerza financiera y la estabilidad ambiental. En el eje Y, el valor es 1.2, relacionado con la fuerza de la industria y la ventaja competitiva. Este posicionamiento estratégico ubica a Renacer Ltda en el cuadrante del perfil conservador.

Los valores promedio de estas dos fuerzas indican que la empresa Renacer tiene ventajas competitivas en este sector y está en una posición favorable para utilizar sus fortalezas internas para aprovechar oportunidades, superar debilidades y mitigar amenazas.

El perfil conservador de Renacer Ltda. sugiere la adopción de estrategias como la penetración de mercados, el desarrollo de nuevos mercados, el desarrollo de productos, estrategias de integración y/o estrategias de diversificación. Estas estrategias son:

1. (F6; O6) Hacer uso de la tecnología manejada de la empresa en las páginas de aterrizaje o en landing pages para la obtención de nuevos registros de los usuarios entrantes.
2. (F3; O10) Realizar una asociación o comunidad con empresas prestadoras de servicio de la salud para ofertar conjuntamente los servicios habilitados de la salud.
3. (D4, D6, A1, A3, A7) creación de un plan estratégico de marketing digital, con el objetivo de atraer, convertir y retener clientes, con el fin de fortalecer la salud financiera de la empresa y destacarse como líder frente a la competencia
4. (F14, A1, A2, A5) Reducir los costos.

En resumen, basándonos en la información proporcionada por la matriz PEEA, se recomienda que la empresa Renacer desarrolle una estrategia de penetración en el mercado y el desarrollo de servicios, teniendo en cuenta los aspectos críticos de las dimensiones externas.

17. MATRIZ CUANTITATIVA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA (MCPE)

La Matriz Cuantitativa de Planeación Estratégica (MCPE) es una herramienta que ayuda a Renacer LTDA a organizar las estrategias de las más urgentes a las que pueden tener una espera. Imagina que tienes muchas opciones para mejorar dentro de la organización, pero cuentas con recursos limitados. La MCPE te ayuda a elegir las mejores opciones asignando puntuaciones a cada estrategia basándose en las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que ya identificaste. Así, Renacer LTDA puede enfocar sus esfuerzos en las estrategias con mayor potencial de éxito, optimizando sus recursos y maximizando su impacto.

28.1 Matriz - MCPE

			MCPE			
			Estrategia 1	Estrategia 2	Estrategia 3	Estrategia 4

	Debilidades								
	Comunicación								
	Velocidad de respuesta a condiciones cambiantes								
	Marketing Digital								
	Estabilidad laboral								

	Rentabilidad								
	Total								

Tabla 20 Matriz MPEC. Fuente: Elaboración propia.

Esta matriz se están abordando desde nuestra perspectiva cuáles son las más importantes, que se requiere hacer con efecto inmediato, no obstante, estas estas estrategias son mixtas es decir que hay por lo menos hay una estrategia de todas las matrices FO, DO, FA, DA. , cabe resaltar que el método de calificación fue aún más riguroso que el anterior para poder determinar la importancia de esta. Sin embargo, todas dentro de esta categoría deben ser tenidas en cuenta de manera precisa para brindar un mejor servicio. A Continuación, se ordenará de acuerdo con la prioridad de su ejecución

(D4, D6, A1, A3, A7) Creación de un plan estratégico de marketing digital, con el objetivo de atraer, convertir y retener clientes, con el fin de fortalecer la salud financiera de la empresa y destacarse como líder frente a la competencia.

(F4, F5, F6, F7, F8, F10, F11, A6, A7) Dar capacitaciones a los colaboradores acerca de la innovación, tendencias actuales y fomentar la

competitividad, con el objetivo de destacar en el mercado sin generar un monopolio.

-(D3; D2;O4;O7;O5) Implementar metodologías ágiles de desarrollo “Agile model” para fomentar una filosofía de trabajo innovadora y mejorada. (software empresarial)

-(F4; F3;F9;F5;F11;O9;O10) Deseamos comunicar a la comunidad acerca de los servicios que brindamos y compartir nuestras experiencias con el fin de establecer colaboraciones y acuerdos que nos permitan incrementar nuestra base de usuarios.

Como se pudo evidenciar la estrategia que Renacer debería poner en práctica es el plan estratégico de marketing digital dado que, por el momento cuenta con un reconocimiento limitado, es decir que aún muchas personas no saben de su existencia, además de su ubicación y los servicios, que ofrece, con el plan de marketing digital se busca llegar a un número mayor de personas que estén interesadas en adquirir los servicios. Además, es una diferenciación dado que los centros de rehabilitación de atención integral ninguno maneja marketing digital, por lo que ser pioneros, otorgaría una gran ventaja sobre sus competidores.

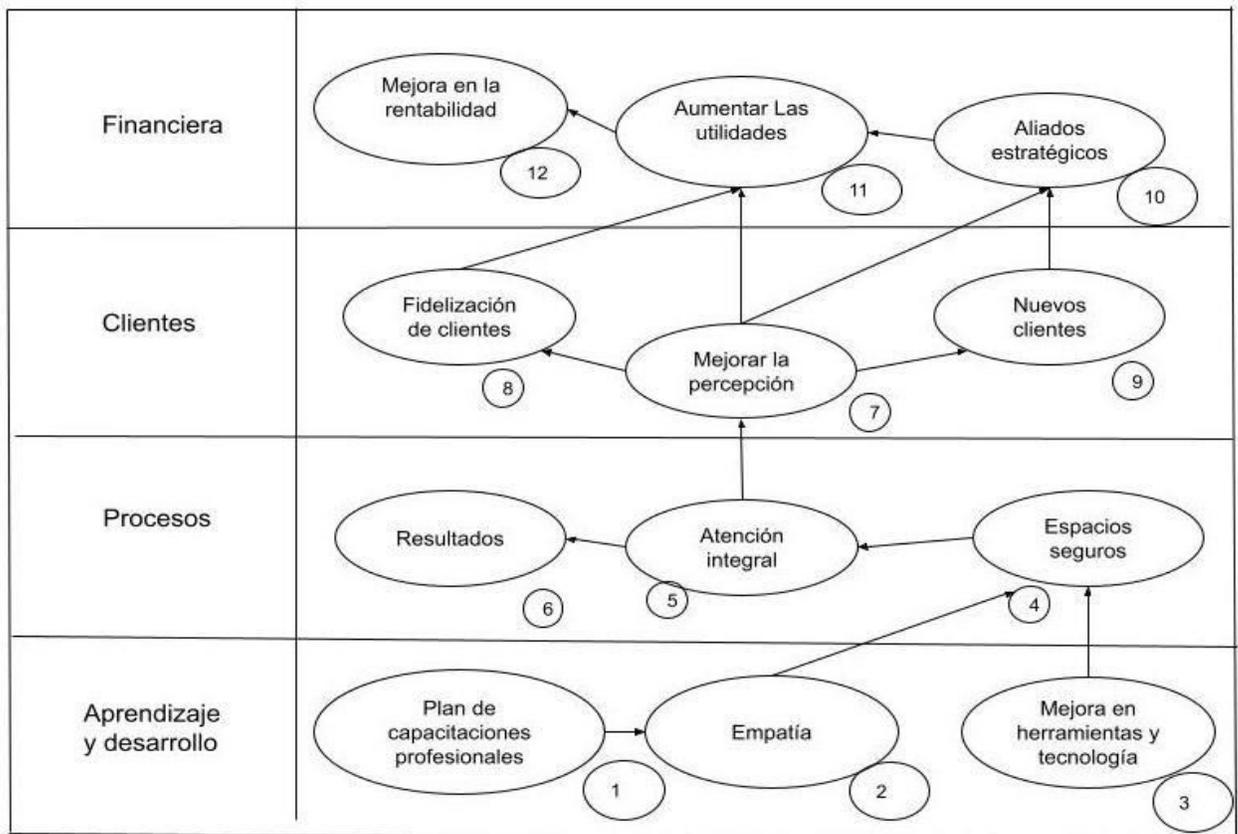
Para finalizar, identificamos que la gran amenaza que tiene la empresa Renacer es la falta de la tecnología, porque este factor demasiado importante, dado que significa la agilización en los procesos, un conocimiento más detallado de la empresa

18. BALANCED SCORE CARD

El Balance Scorecard es como un tablero de control para Renacer LTDA, que le ayuda a ver su progreso en diferentes áreas: finanzas, clientes, procesos internos y aprendizaje. Con la ayuda de este tablero de control tiene una visión global, para que pueda tomar mejores decisiones, alinear al equipo con la estrategia y alcanzar sus metas de forma más eficiente.

18.1 Mapa estratégico

En el mapa estratégico es como un plano donde se visualiza la manera en la que se van a alcanzar los objetivos, y sobre todo la manera en la que se relacionan los procesos internos de la empresa



En el mapa estratégico se analizan 4 factores de manera puntual los cuales son:

El aprendizaje y desarrollo, estas son las actividades de apoyo que contribuyen enormemente a nuestros focos que son las actividades primarias y la prioridad que tiene la empresa Renacer, por eso es importante empezar con los planes de capacitaciones profesionales, dado que es muy importante que cada uno de los terapeutas estén a la vanguardia en conocimientos para aplicar las terapias de una manera efectiva por otro lado esta desarrolla los valores íntegros permitiéndole ser más empático, generando mayor confianza, interés dentro de los pacientes. contribuyendo a la atención integral, el cual pertenece a nuestro segundo pilar, este son los procesos que lleva a cabo Renacer.

Cada uno de los procesos que se realizan en Renacer, parte del principio de atención integral y humano, además de brindarle a la comunidad un servicio de calidad y especializado que en muchas de las ocasiones esta ha sido la razón por la cual los clientes la prefieren optar por este centro de rehabilitación.

La atención integral es la clave de los procesos dado que le ha permitido ganar un renombre a la empresa dado que los resultados de los pacientes han sido notorios, todo esto con la ayuda de los terapeutas las herramientas que a su vez promueve un espacio construyendo un mayor vínculo.

Todas estas actividades y procesos demuestran una clara intención de la empresa y es el bienestar del cliente abriéndole paso al tercer pilar; clientes, Renacer busca hacerse de un mayor renombre sobre la competencia mejorando la percepción de los clientes sobre este centro de rehabilitación, alcanzando un mayor número de personas, lo que finalmente causaría es la suma de nuevos

clientes y la retención de estos. teniendo gran impacto en nuestro pilar financiero.

Por último, dentro del pilar financiero una actividad importante es conseguir aliados estratégicos que le permitan a la empresa crecer, pero para ello es imprescindible mejorar la percepción de la empresa.

Con nuevos aliados estratégicos habrá un mayor número utilidades dado que habría una mayor estabilidad financiera, que finalmente contribuirá a la rentabilidad de la empresa que es uno de los puntos débiles del centro de rehabilitación Renacer.

18.2 Objetivos e indicadores clave:

Esta herramienta interna que encontramos Balance Score Card es de gran utilidad no solo para Renacer LTDA, sino para cualquier otra organización, dado que los objetivos establecen un destino y los indicadores son los que miden el progreso hacia ese destino. Cabe aclarar que estos objetivos también deben estar alineados con la misión y visión de la organización. Una vez definidos los objetivos, pasamos a definir los indicadores, los cuales deben ser medibles, ya sea en porcentajes o en calificaciones.

En resumen, estos tienen la funcionalidad de checar si se está cumpliendo con el objetivo, y bajo qué porcentaje, para determinar si se cambia de objetivo, de estrategia o por el contrario determinar si la estrategia y el objetivo son

Perspectiva	Nº	Objetivo	Indicador	Actual
Financiera	7	Mejorar la rentabilidad	$(\text{Utilidad neta}) / (\text{Ingresos totales}) * 100\%$	
Financiera	6	Aumentar las utilidades	Ingreso neto/ ventas netas	
Financiera	5	Aliados estratégicos	$((\text{Alianzas} / \text{alianzas del periodo anterior})) * 100$	
Cliente	3	Nuevos clientes	$((\text{Número de clientes actuales}) / (\text{número de clientes anterior periodo}) - 1) * 100$	
Cliente	1	Mejorar la percepción	$((\text{Número clientes satisfechos}) / (\text{Número total de clientes})) * 100$	
Cliente	4	Fidelización de los clientes	$((\text{Consumidores recurrentes}) / (\text{consumidores totales})) * 100$	
Procesos	8	Resultados	$(\text{Personas con avances}) /$	
			$(\text{Número total clientes}) * 100$	
Procesos	2	Atención Integral	$((\text{Personas satisfechas}) / (\text{número total de clientes})) * 100$	
Procesos	9	Espacios seguros	$((\text{Número de clientes que se sienten seguros}) / (\text{número total de clientes})) * 100$	
Aprendizaje	12	Mejora en herramientas tecnológicas	$((\text{Equipos actuales}) / (\text{equipos de el periodo pasado}) - 1) * 100$	
Aprendizaje	11	empatía	$((\text{Número de clientes cómodos}) / (\text{número total de clientes})) * 100$	
Aprendizaje	10	Plan de capacitaciones profesionales	$((\text{Capacitaciones ejecutadas}) / (\text{Capacitaciones planeadas})) * 100$	

acordes a lo que necesita la empresa

Ilustración 14 Objetivos claves. Fuente: Elaboración propia.

La siguiente tabla aborda diversas perspectivas del cliente, destacando los objetivos e indicadores clave para el logro del objetivo principal de "Renacer". Este objetivo central busca alcanzar una mayor participación en el mercado, llegar a nuevos clientes, incrementar la adquisición de servicios, mejorar la percepción de los usuarios sobre los servicios especializados de la empresa,

obtener una imagen positiva en la sociedad y lograr la fidelización de clientes para asegurar ingresos y ser la primera elección en servicios de rehabilitación integral.

Se inicia desde la perspectiva del aprendizaje, donde la capacitación se presenta como un proceso fundamental para el desarrollo de la organización. Este enfoque permite al personal adquirir nuevas habilidades y conocimientos, optimizando el tiempo en los procesos y adaptándose a los cambios inducidos por las evoluciones diarias de las tendencias. La empatía, por otro lado, se orienta hacia la mejora de relaciones internas y externas, generando satisfacción para los clientes y cultivando un clima laboral positivo.

La mejora de las herramientas tecnológicas tiene como objetivo maximizar los procesos mediante la innovación tecnológica, manteniendo un alto grado de competitividad. Desde la perspectiva de procesos, la creación de espacios seguros es crucial, evaluando tanto la seguridad de los trabajadores como la de los clientes para generar confianza y proporcionar un entorno seguro.

La atención integral destaca la importancia de la atención personalizada ofrecida por Renacer a sus clientes, generando satisfacción y eficiencia en todos los procesos para alcanzar las metas y objetivos de la empresa. En el enfoque de clientes, se destaca la captación de nuevos clientes mediante la segmentación y la prestación de servicios de manera óptima para lograr su fidelización. El objetivo es mantener y retener a los clientes existentes para mejorar la percepción general, evaluando su satisfacción con la empresa.

En todas las empresas, la mejora de la rentabilidad es un objetivo fundamental, y Renacer no es la excepción. Para alcanzar este propósito, se

centra en dos objetivos clave. Primero, la optimización de recursos, que implica maximizar los ingresos y minimizar los costos para utilizar los recursos de manera más eficiente. Esto requiere una gestión efectiva de los gastos, asegurándose de que cada gasto sea necesario y contribuya significativamente a los objetivos de la empresa, evitando el despilfarro financiero.

Por otro lado, el aumento de las utilidades se plantea como un camino hacia el crecimiento sostenible. Este objetivo no solo impulsa a la empresa a expandirse, sino que también la capacita para enfrentar nuevos desafíos más allá de su zona de confort. Además, se reconoce la importancia de los aliados estratégicos quienes no solo ayudan a tomar decisiones frente a posibles riesgos financieros, sino que pueden aportar tecnología innovadora y servicios adicionales únicos. La colaboración con aliados estratégicos se convierte así en una oportunidad para gestionar nuevos clientes y seguir destacando en la prestación de servicios. En resumen, la mejora de la rentabilidad en Renacer se aborda mediante una combinación de eficiencia en la gestión de recursos, búsqueda de crecimiento sostenible y la identificación y colaboración con aliados estratégicos.

18.3 Tablero De Control

Es también conocido como Dashboard, esta es una herramienta de gestión que permite visualizar la información más importante sobre el desempeño de Renacer LTDA de forma clara y concisa, teniendo un panorama de los indicadores de cómo están situados y los resultados de estos

TABLERO DE CONTROL

Perspectiva	N°	Objetivo	Unidad de medida	Resultado actual	Meta	Frecuencia de medición	Óptimo	Tolerable	Deficiente	Responsable
FINANCIERA	7	Mejorar la rentabilidad	Porcentaje	A calcular	A definir	A definir	■	■	■	A determinar
FINANCIERA	6	Aumentar las utilidades	Porcentaje	A calcular	A definir	A definir	■	■	■	A determinar
FINANCIERA	5	Aliados estrategicos	Porcentaje	A calcular	A definir	A definir	■	■	■	A determinar
CLIENTE	3	Nuevos clientes	Porcentaje	A calcular	A definir	A definir	■	■	■	A determinar
CLIENTE	1	Mejorar la percepcion	Porcentaje	A calcular	A definir	A definir	■	■	■	A determinar
CLIENTE	4	Fidelizacion de los clientes	Porcentaje	A calcular	A definir	A definir	■	■	■	A determinar
PROCESOS	8	Resultados	Porcentaje	A calcular	A definir	A definir	■	■	■	A determinar
PROCESOS	2	Atencion Integral	Porcentaje	A calcular	A definir	A definir	■	■	■	A determinar
PROCESOS	9	Espacios Seguros	Porcentaje	A calcular	A definir	A definir	■	■	■	A determinar
APRENDIZAJE	12	Mejora en herramientas Tecnologicas	Porcentaje	A calcular	A definir	A definir	■	■	■	A determinar
APRENDIZAJE	11	Empatia	Porcentaje	A calcular	A definir	A definir	■	■	■	A determinar
APRENDIZAJE	10	Plan de capacitaciones Profesionales	Porcentaje	A calcular	A definir	A definir	■	■	■	A determinar

Ilustración 15 Tablero de control. Fuente: Elaboración propia.

19.4 ORGANIGRAMA

En el organigrama podemos conocer la estructura organizacional de la empresa, donde se muestran las diferentes áreas y cargos y como estas se relacionan entre sí, para entender mejor las cadenas de mando y la distribución de responsabilidades.

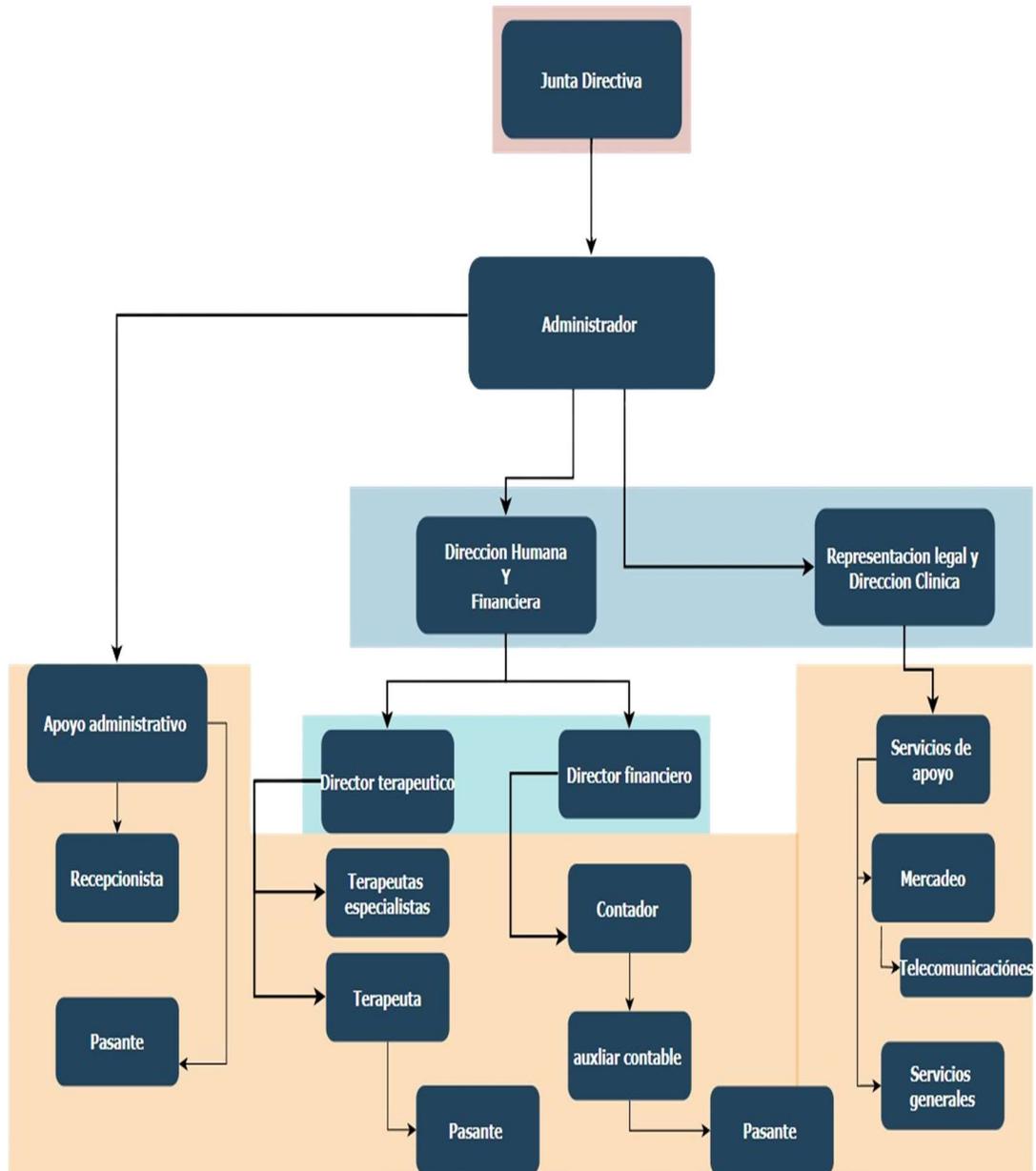


Ilustración 16 Organigrama. Fuente elaboración propia.

19.1 Junta Directiva

Está compuesta por las 3 socias fundadoras donde cada una tiene el mismo poder decisión sobre el funcionamiento de la empresa.

19.2 Administrador

Su rol es organizar de manera general el funcionamiento operativo de la empresa de acuerdo con sus políticas, es la persona responsable del cumplimiento de cada uno de los roles de la empresa, puede verse reflejada como la líder que estimula los procesos de comunicación interna y externa. La administradora en Renacer está encargada de la coordinación, contratación y supervisión administrativa. Además, es líder de calidad que está direccionando y supervisando para que se cumplan todos los estándares de calidad estipulados por la junta directiva.

19.3 Dirección humana y financiera.

Representa la jefatura inmediata sobre la dirección humana y financiera, dado que en sus roles está la gestión del talento humano, nómina, y la resolución de conflictos, también es la encargada de controlar y revisar los registros financieros de manera conjunta con el contador.

19.4 director terapéutico

En este cargo se busca que los procesos de calidad se cumplan respecto al manejo terapéutico, la sincronía entre los terapeutas, cuyo objetivo principal es conectar todas estas áreas multidisciplinarias y servicios de apoyo.

19.5 Terapeutas especialistas

Cada uno de los terapeutas especialistas, tiene como función ayudar al paciente en su proceso de rehabilitación de manera íntegra, empática, y profesional, en sus respectivas áreas de especialidad.

19.6 Contador

Es el encargado de registrar los hechos financieros, preparar los estados financieros, y poder mantener una salud financiera adecuada para la empresa, además de contribuir en el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

19.7 Auxiliar administrativo

Como su nombre lo indica es un apoyo vital para el administrador, siendo la persona que mayor contacto tiene con este dirigente, además de prever situaciones de inestabilidad.

19.8 Terapeutas

Es un punto de apoyo dentro de la organización, dado que tiene gran facilidad para aprender, mejorar, reestructurar las terapias para lograr un mejor resultado,

19.9 Auxiliar contable

Hay que aclarar que este cargo está por periodos, y su rol es apoyar al contador en todos los procesos.

19.10 Recepcionista

Es el encargado de recibir a los pacientes, hacerlos pasar, cuadrar citas, y la atención al cliente en general.

19.11 Pasante

Es el encargado de realizar sus procesos prácticos, validando los conocimientos previamente adquiridos en el proceso, este cargo está presente

por periodos.

19.12 Servicios de apoyo

Son los servicios generales de la empresa, cuyo rol es mantener las instalaciones limpias, incluyendo baños. Corredores, zonas terapéuticas, entre otras.

20. CADENA DE VALOR

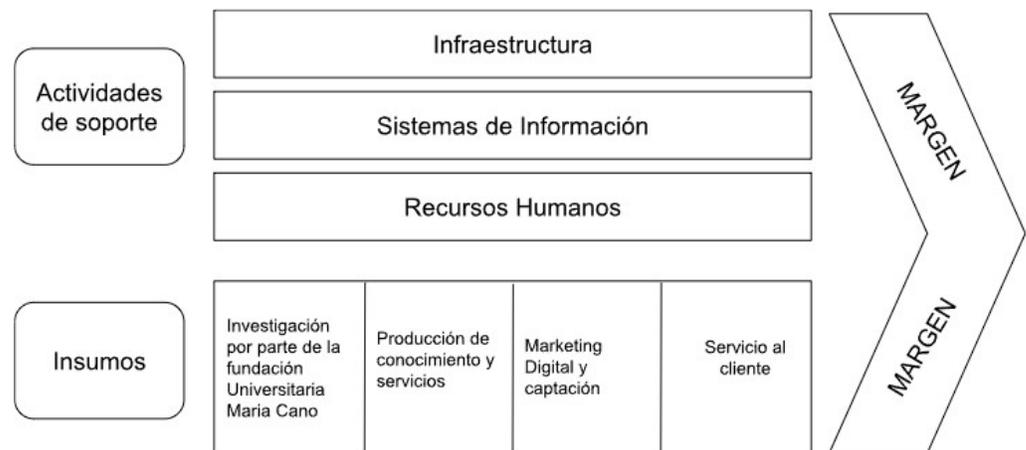


Ilustración 17 Cadena de valor. Fuente: elaboración propia.

20.1 Investigación.

Se conoce que la empresa Renacer tiene una mayor afinidad con la Fundación Universitaria María Cano, dado que aporta fuertemente tanto como en los procesos de investigación sobre los procedimientos y el personal para trabajar en la empresa, es decir que la Fundación María Cano envía una propuesta acerca de los procesos que se quieren mejorar que contribuyen a la empresa Renacer y como se quieren realizar, esta lo avala con la junta directiva y la María cano envía a sus estudiantes para que ejecuten la propuesta.

20.2 Producción.

Dentro de la gran variedad de servicios que ofrece el centro de rehabilitación Renacer, donde se busca mejorar la calidad del servicio por medio de la atención integral y especializada, que cada uno de los colaboradores la han desarrollado desde manera individual dado que de manera constante estos se capacitan, no obstante, está enfocada en el área de neurodesarrollo.

20.3 Marketing

El estado actual sobre la empresa renacer es crítico, dado que la percepción que tiene la empresa es muy baja de tal manera que la solución planteada es el marketing digital para llegar a un número mayor de personas siendo atractiva para nuevos clientes y creando renombre a nivel regional

20.4 Servicio al cliente

Renacer cuenta con unos de los mejores servicios al cliente dado que a partir de su atención integral y especializada logra fidelizar a los clientes donde estos muestran la permanencia en la empresa dado que estas personas notan los resultados de las terapias, y la familiaridad que tienen los pacientes con los colaboradores permitiendo mejorar la comunicación, la confianza.

20.5 Infraestructura

La infraestructura de renacer con respecto a espacios está bien situada dado que posee una gran cantidad de espacios, sin embargo, hay momentos en el que el espacio se encuentra limitado, pero esto no justifica el ampliar o mudarse de

la infraestructura que se tiene, cuenta con un total de 34 zonas terapéuticas con un aforo máximo de 74 personas. tiene un buen aforo y una gran cantidad de zonas que posibilitan un buen cuidado del usuario.

20.6 Sistemas de información

Su principal sistema de información para recopilar las bases de datos es Excel, donde tiene recopilado pues sus estados de resultados, información sobre sus pacientes, información sobre sus empleados ETC. Excel es una excelente herramienta sin embargo hay muchas opciones, que le permite al usuario hacer un mejor uso, por otro lado, también cuenta con un sistema de software, que le permite estar al tanto de los clientes y las ventas realizadas

20.7 Recursos Humanos

Cuenta con gran número de colaboradores dado una de las razones de la calidad en su servicio es el servicio unitario que ofrece es decir que cada paciente cuenta con un colaborador especializado dispuesto a poner cuidado, atención dentro de la terapia donde todo el tiempo que dura la terapia el colaborador está trabajando conforme a la necesidad del cliente.

21. MAPA DE PROCESOS

El mapa de procesos de Renacer tiene en cuenta todas las fases por las que pasa la empresa, siguiendo la jerarquía de niveles de gestión y comenzando por la identificación de las necesidades y expectativas del cliente. Se basa en procesos de apoyo que juegan un papel crucial al proporcionar los recursos necesarios para el éxito de los procesos misionales. Estos están estrechamente relacionados con el objetivo central de mejorar la percepción que los clientes tienen sobre Renacer.

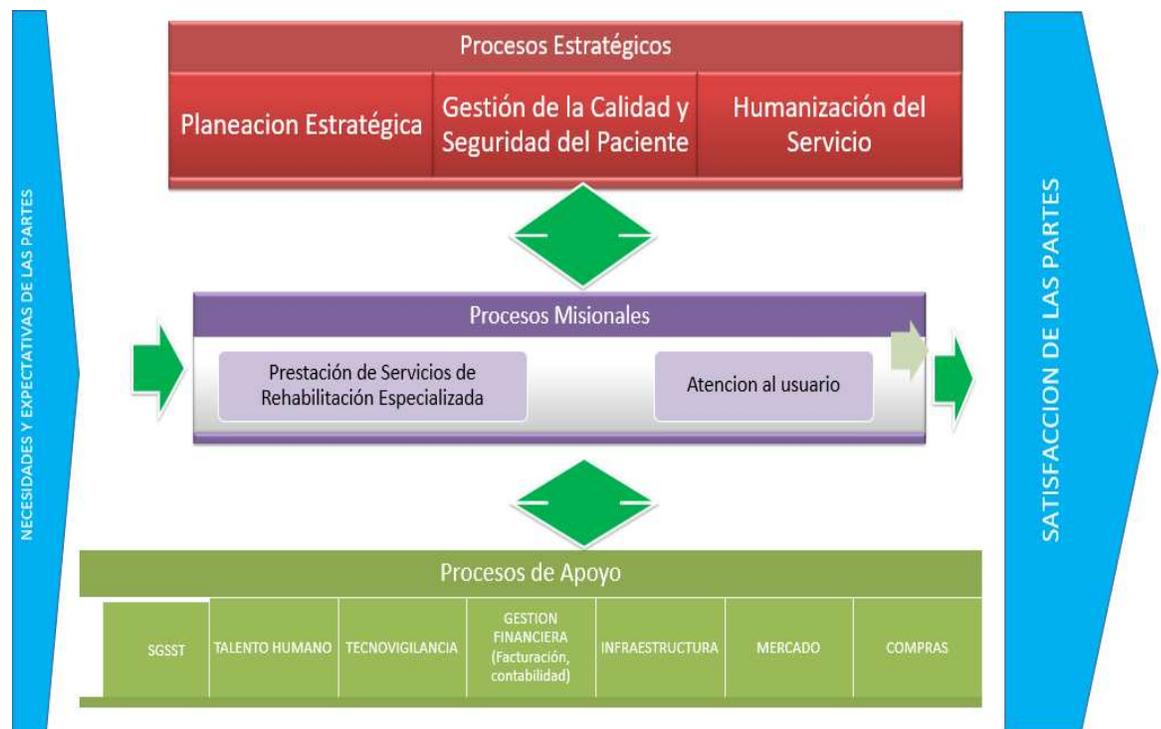


Ilustración 18 Mapa de procesos, Fuente: Elaboración Propia

Los factores fundamentales que conforman los procesos de apoyo incluyen el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST), la gestión de recursos humanos, la supervisión técnica, la gestión financiera, la

infraestructura, el análisis de mercado y las adquisiciones. Estos factores forman el marco esencial y proporcionan los recursos necesarios para lograr los objetivos de manera efectiva y eficiente.

En el centro de la cadena se encuentran los procesos misioneros, cuyo nombre refleja su significado. Estas son las actividades centrales y fundamentales de Renacer, las cuales están directamente vinculadas con la misión y objetivos principales de la empresa. Los procesos de misión se benefician de la existencia de procesos de apoyo ya que estos permiten la prestación de servicios especializados de rehabilitación y atención al cliente.

Finalmente, se destacan los procesos estratégicos que están alineados con la planificación estratégica de Renacer para implementar su visión y misión. Estos procesos garantizan la competitividad y la sostenibilidad a largo plazo en el mercado. Factores clave y humanización del paciente.

En resumen, el mapa de procesos representa una guía integral que permite seguir los procedimientos interrelacionados, todos alineados con el objetivo de Renacer: atender y satisfacer las necesidades correspondientes de los pacientes, con el propósito de lograr una mayor atracción y retención al cliente.

22.PLAN DE ACCIÓN

El plan de acción es una lista detallada acerca de las tareas detalladas que tiene que hacer Renacer LTDA, que describe paso a paso como alcanzar los objetivos establecidos, además de clasificarlos en quien va a ser el responsable, cuanto tiempo va a durar, que presupuesto se va a utilizar y por último el control de este.

22.1 ESTRATEGIA 1

Deseamos comunicar a la comunidad acerca de los servicios que brindamos y compartir nuestras experiencias con el fin de establecer colaboraciones y acuerdos que nos permitan incrementar nuestra base de usuarios.

22.1.1 OBJETIVO:

Incrementar la visibilidad de nuestros servicios en la comunidad y establecer colaboraciones para aumentar nuestra base de usuarios, además de generar experiencias para la empresa.

Actividad	Responsable	Tiempo	Presupuesto	Control
Crear y publicar contenido de valor en los canales de comunicación que utiliza nuestro público objetivo.	ADMINISTRADOR	SEMANALMENTE	\$500.000	Revisar constantemente redes sociales utilizadas por el público objetivo
Participar en foros y eventos comunitarios para compartir experiencias y dar a conocer los servicios prestados por nuestra empresa	ADMINISTRADOR	MENSUALMENTE	\$500.000	Recolectar firmas de las personas asistentes a los foros y eventos que se hace presenes.
Crear un programa de afiliados con descuentos para motivar y fidelizar a los clientes.	ADMINISTRADOR	MENSUALMENTE	\$300.000	Registrar cada afiliación de persona nueva y antigua con el fin de determinar el alcance de la actividad.

Ilustración 19 Estrategia de incremento de base de usuarios. Fuente: Elaboración propia.

22.2 ESTRATEGIA 2

Implementar metodologías ágiles de desarrollo “Agile model” para fomentar una filosofía de trabajo innovadora y mejorada. (software empresarial)

22.2.1 OBJETIVO:

Desarrollar un ambiente de trabajo interno más productivo para generar resultados eficientes en cada uno de los colaboradores internos de la empresa.

Actividad	Responsable	Tiempo	Presupuesto	Control
Ofrecer programas de capacitación y desarrollo en innovación	Dirección humana	Trimestralmente	\$500.000	Se tendrá un control realizado por la dirección humana que desarrollara diversas asistencias con cada uno de sus empleados
Realizar jornadas de desarrollo intensivo o hackathons	Dirección humana	Mensualmente	\$100.000,00	Inscripciones de el personal interno
Fomentar una cultura de feedback constante y constructivo	Junta directiva	Mensualmente	\$50.000,00	Resultados de las cualidades de los colaboradores frente a cada uno de sus clientes
Implementar proyectos pilotos para probar nuevas ideas antes de una implementación a gran escala	Junta directiva	Mensualmente	100000	Resultados que se reflejen en cada proyecto interno de la empresa para la creación de un ambiente laboral productivo

Ilustración 20 Estrategia “Ágil model” Fuente: elaboración propia.

22.3 ESTRATEGIA3

Dar capacitaciones a los colaboradores acerca de la innovación, tendencias actuales y fomentar la competitividad, con el objetivo de destacar en el mercado sin generar un monopolio.

22.3.1 OBJETIVO

Mejorar la competitividad local a través de la capacitación en la innovación y nuevas tendencias generando impacto social por la eficacia del servicio ofrecido.

Actividad	Responsable	Tiempo	Presupuesto	Control
Capacitación integral.	Dirección humana	Mensualmente	\$500.000	Una plataforma de recursos humanos integral que realiza un seguimiento automatizado de los empleados
Realizar talleres y laboratorios para proporcionar a los colaboradores la oportunidad de aprender de expertos y experimentar con nuevas tecnologías.	Dirección humana	Semestralmente	\$500.000	Mediante un desarrollo de política y procedimientos claros y consisos para el uso de talleres y laboratorios
cursos de formación técnica en la salud	Dirección humana	Semestralmente	\$400.000	Mediante una plataforma de gestión de aprendizaje que permite hacer seguimiento del proceso de los empleados, administrar las inscripciones en los cursos y proporcionar material de
Realizar el método de coaching y la mentoría que permita el desarrollo de nuevas habilidades y mejorar el rendimiento de los colaboradores	Dirección humana	Mensualmente	\$300.000	Mediante la planificación e implementación de los programas de coaching y mentoría para proporcionar los recursos necesarios y evaluar su progreso.

Ilustración 21 Estrategia de capacitaciones. Fuente: Elaboración propia.

22.4 ESTRATEGIA:4

Creación de un plan estratégico de marketing digital, con el objetivo de atraer, convertir y retener clientes, con el fin de fortalecer la salud financiera de la empresa y destacarse como líder frente a la competencia

22.4.1 OBJETIVO

Garantizar la sostenibilidad financiera de la empresa mediante diversas formas haciendo utilización de marketing digital

Actividad	Responsable	Tiempo	Presupuesto	Control
Campañas en redes sociales	Administrador y area de marketing	Semanal	\$100.000	Analizar la participacion del usuario y conocer los rendimiento de las diversas plataformas de redes sociales
Mejorar diseño de pagina web	Diseñador y programador	Semanal	\$1.000.000	Establecer un plan de actualizaciones y mantenimiento para garantizar una mayor operatividad con el tiempo
Evaluacion del mercado	Administrador	Mensual	\$300.000	Con la recopilacion y analisis de informacion del mercado objetivo

Ilustración 22 Estrategia marketing digital. Fuente: Elaboración propia

23. CONCLUSIONES

El análisis se realizó a la empresa Renacer LTDA, donde se muestra una oportunidad clave para impulsar su crecimiento: fortalecer su imagen y visibilidad en el mercado. Dado que, a pesar de su trayectoria de un aproximado de 15 años, se ha detectado que una parte significativa del público objetivo desconoce la existencia de este centro de rehabilitación.

Esta falta de reconocimiento ante la población limita el potencial de Renacer

LTDA, ya que muchas personas que podrían optar por sus servicios, ya sea de forma particular o a través de su EPS, no la consideran como una opción debido al desconocimiento de su existencia y la calidad de sus servicios.

Las matrices de análisis estratégico que se implementaron a lo largo del proyecto han confirmado la importancia de implementar un plan de marketing digital como prioridad. Esta estrategia permitirá a Renacer LTDA:

- **Aumentar su visibilidad:** Llegar a un mayor público a través de canales digitales como redes sociales, página web y buscadores.
- **Fortalecer su imagen:** Construir una marca sólida y transmitir los valores y la propuesta de valor del centro de rehabilitación.
- **Atraer nuevos pacientes:** Generar un interés respecto a sus servicios y convertir a potenciales clientes en pacientes.
- **Mejorar la comunicación:** Establecer un canal de comunicación directo con los pacientes y el público en general, además de crear contenido de valor.

Al implementar un plan de marketing digital efectivo, Renacer LTDA podrá superar esta limitación y aprovechar al máximo su potencial de crecimiento, posicionándose como un referente en el sector de la rehabilitación integral y brindando sus servicios de calidad a un mayor número de personas.

24. LIMITACIONES

A pesar de que el análisis del proyecto ha dado información valiosa para la empresa, se presenta algunas limitaciones ante el trabajo tales como:

La subjetividad en la interpretación: Dado que a pesar de que se utilizaron

para el análisis es una interpretación de datos depende de solo una persona lo que hace que se limite al conocimiento e interpretación de este

Otra limitación podría ser la temporalidad en la que se hace el análisis, dado que el entorno en la que se encuentra Renacer LTDA, es muy dinámico por lo que las condiciones del mercado y de la competencia pueden verse alteradas

Para Evitar cualquier tipo de contratiempos siempre es recomendable realizar un seguimiento de manera periódica y actualizar el análisis si es necesario

25. RECOMENDACIONES

En cuanto a los servicios que ofrece Renacer LTDA, son muy completos debido a la personalización de cada uno de ellos dado que el terapeuta interactúa de manera directa con solo un paciente, de tal manera que se dispone de toda la atención del terapeuta hacia el paciente.

No obstante, si es importante fortalecer la presencia de la empresa de manera digital ya sea mediante las redes sociales como Facebook, Instagram, Etc.

Otra recomendación sería un monitoreo constante de su competencia e intervenir más en cuestiones políticas para crear nuevos convenios y consolidar los que ya están presentes

33. BIBLIOGRAFIA

5. Dussán-Pulecio, C., & Serna-Gómez, H. (2017). Planeación estratégica para Mipymes.
 6. Serna Gómez, H. (2010). Gerencia estratégica. *Bogotá: 3R Editores*, 8, 409.
 7. González, J., Salazar, F., Ortiz, R., & Verdugo, D. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos*, 21(1), 242-267.
 8. González, J., Salazar, F., Ortiz, R., & Verdugo, D. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos*, 21(1), 242-267.
 9. Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (8ma ed.). McGraw-Hill.
- David, F. R. (2011). *Strategic management: Concepts and cases*. Pearson Education.