



Proyecto de Formulación del Plan Estratégico Corporativo Empresa de Aseo de Bucaramanga EMAB S.A. E.S.P

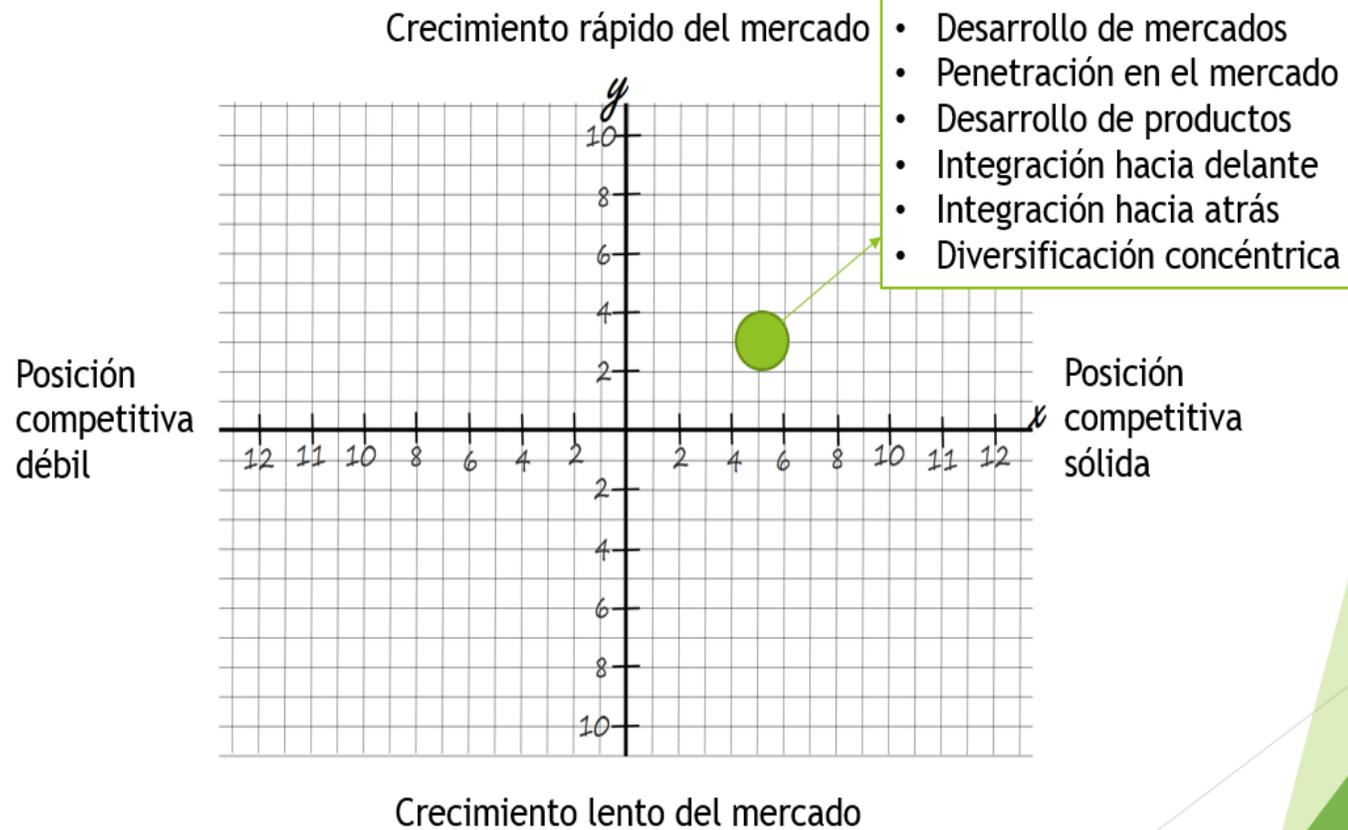
Luis Eduardo Solano Bautista - Consultor



LUIS EDUARDO BAUTISTA S.
CONSULTOR Y CAPACITADOR

1. FASE DE DIAGNÓSTICO

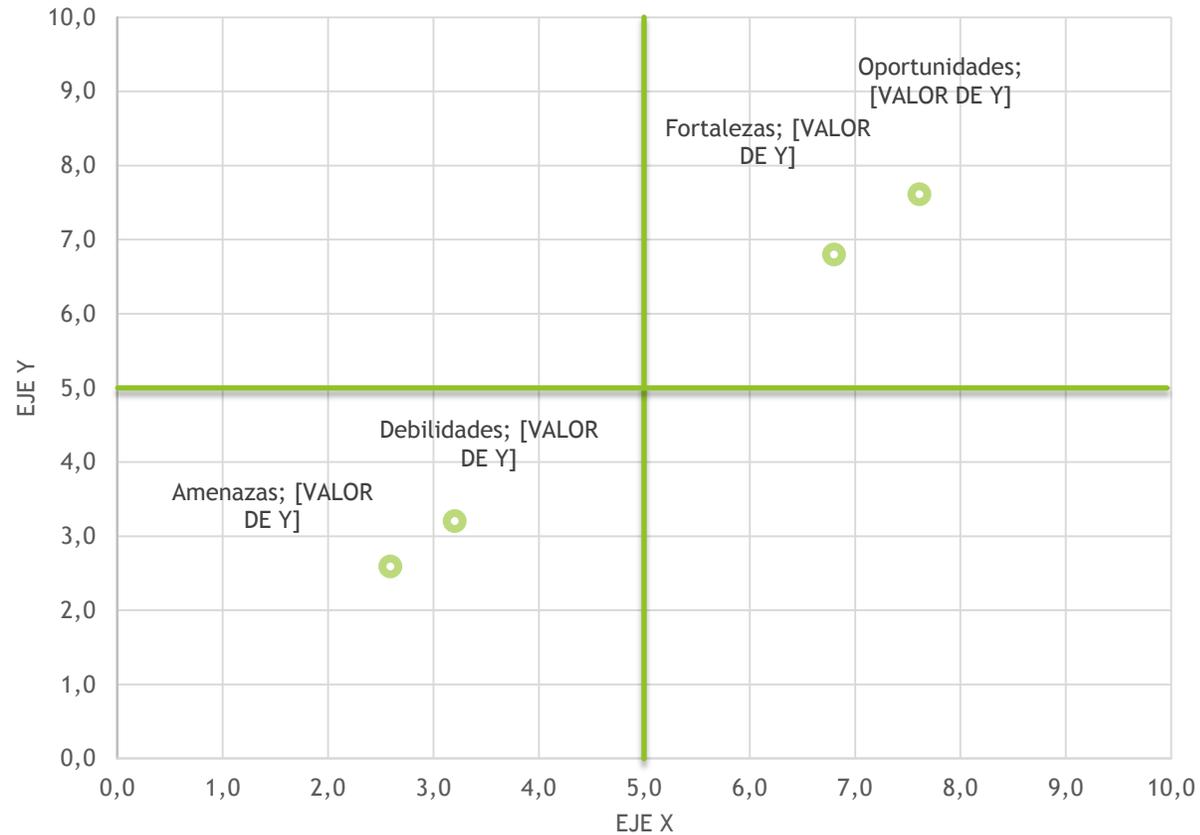
MATRIZ DE ESTRATEGIA PRINCIPAL



Crecimiento del mercado	3,6
Posición competitiva	5,02

1. FASE DE DIAGNÓSTICO

MATRIZ DE PONDERACIÓN DOFA



1. FASE DE DIAGNÓSTICO

MATRIZ DE POSICIÓN COMPETITIVA



Y bien, de acuerdo al atractivo del mercado que se posiciona en la coordenada 8.4 y las fortalezas de la empresa que se ubican en la coordenada 6.8, se establece que es la zona en la cual se debe dar prioridad en la inversión, en crecer rápidamente dado que existe un potencial.

1. FASE DE DIAGNÓSTICO

HERRAMIENTA RADIOGRAFIA EMPRESARIAL

No.	¿A qué le podemos sacar el jugo?
1	Posicionamiento de la empresa
2	Nuevo enfoque empresarial
3	Posibilidades de alianzas estratégicas para realizar convenios y proveer un mejor servicio.
4	Cobertura actual de usuarios
5	Capacidades del equipo de trabajo
6	Transformación de residuos en subproductos como el abono
7	Sitio de disposición final propio



2. FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA BASADO EN EL CRUCE DE VARIABLES

2. FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA BASADO EN EL CRUCE DE VARIABLES

MISIÓN

Aseguramos la prestación de servicios domiciliarios de aseo (barrido, recolección, transporte, disposición final y tratamiento de residuos) de manera eficiente y oportuna. Trabajamos con pasión, transparencia y eficacia para contribuir al embellecimiento de la ciudad, al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad y a la sostenibilidad ambiental.

VISIÓN

Para el 2021, seremos una empresa referente a nivel nacional por ofrecer calidad en el servicio, destacada por lograr altos niveles de innovación, tecnológicamente avanzada y ofreciendo valor al medio ambiente. Seremos económicamente sostenibles, bajo procesos eficientes y promoviendo la cultura ambiental en la ciudad.

VALORES INSTITUCIONALES

1. Cultura de la Innovación
2. Cultura de calidad
3. Puntualidad
4. Responsabilidad socio-ambiental
5. Confianza
6. Cumplimiento
7. Compromiso

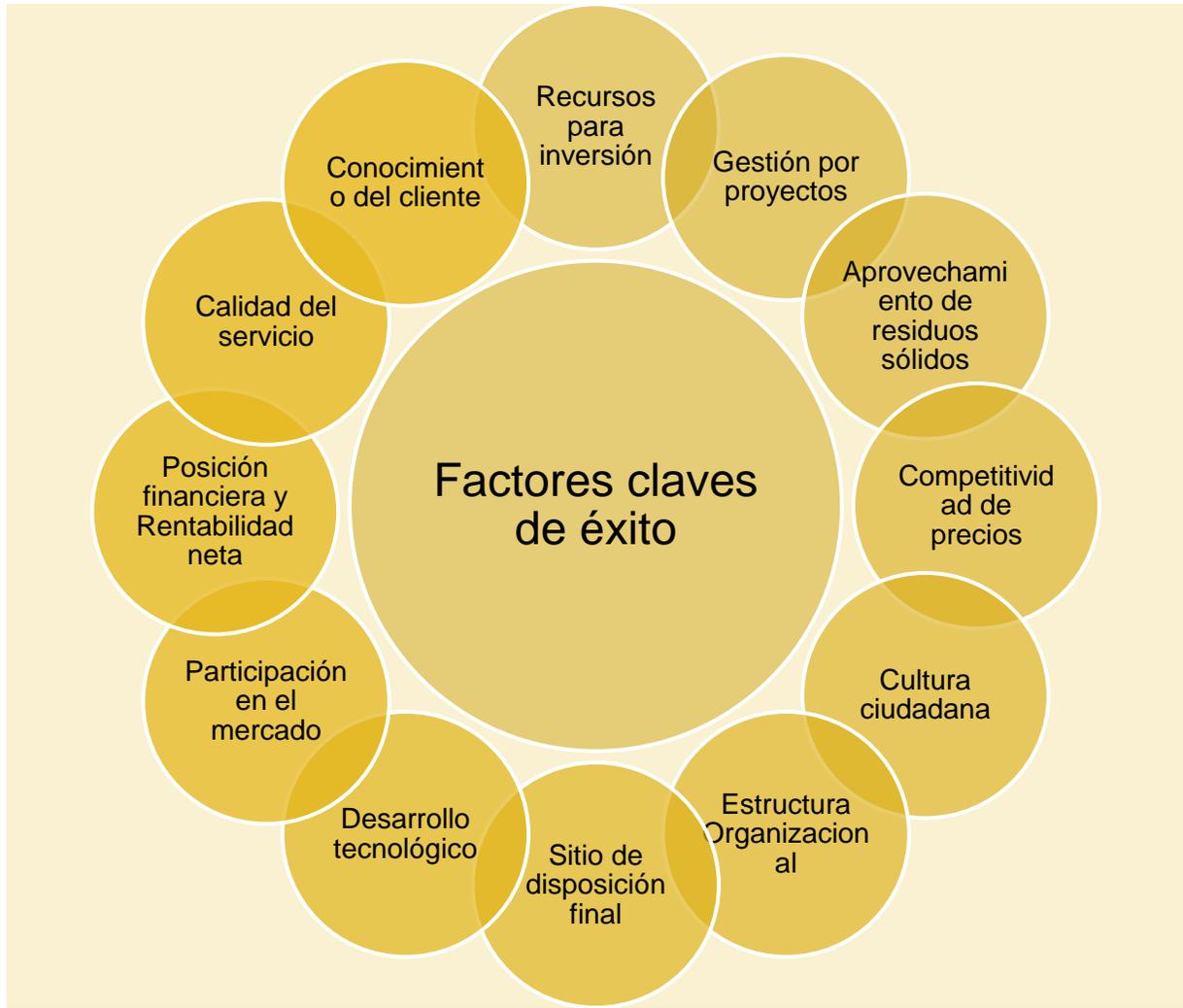
2. FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA BASADO EN EL CRUCE DE VARIABLES

La MEGA, concebida como la Meta ganadora y ambiciosa está planteada a largo plazo y sirve como un poderoso mecanismo que estimula el crecimiento de la compañía, además de estar alineada con la ideología central. Es importante tener en cuenta que la MEGA para la EMAB debe ser aplicable a toda la empresa y debe impulsar la acción colectiva, motivando también el liderazgo y la proactividad.

- Lograr una **utilidad neta de \$4,5 mil millones en el 2017 y 5 mil millones en el 2018** soportada en un **crecimiento anual del 10% en nuevos usuarios**, la implementación del **Sistema de Gestión Integral, HSEQ** y el fortalecimiento de una **cultura ambiental en la región**

MEGA





Factores claves de éxito



3. FASE DE IMPLEMENTACIÓN

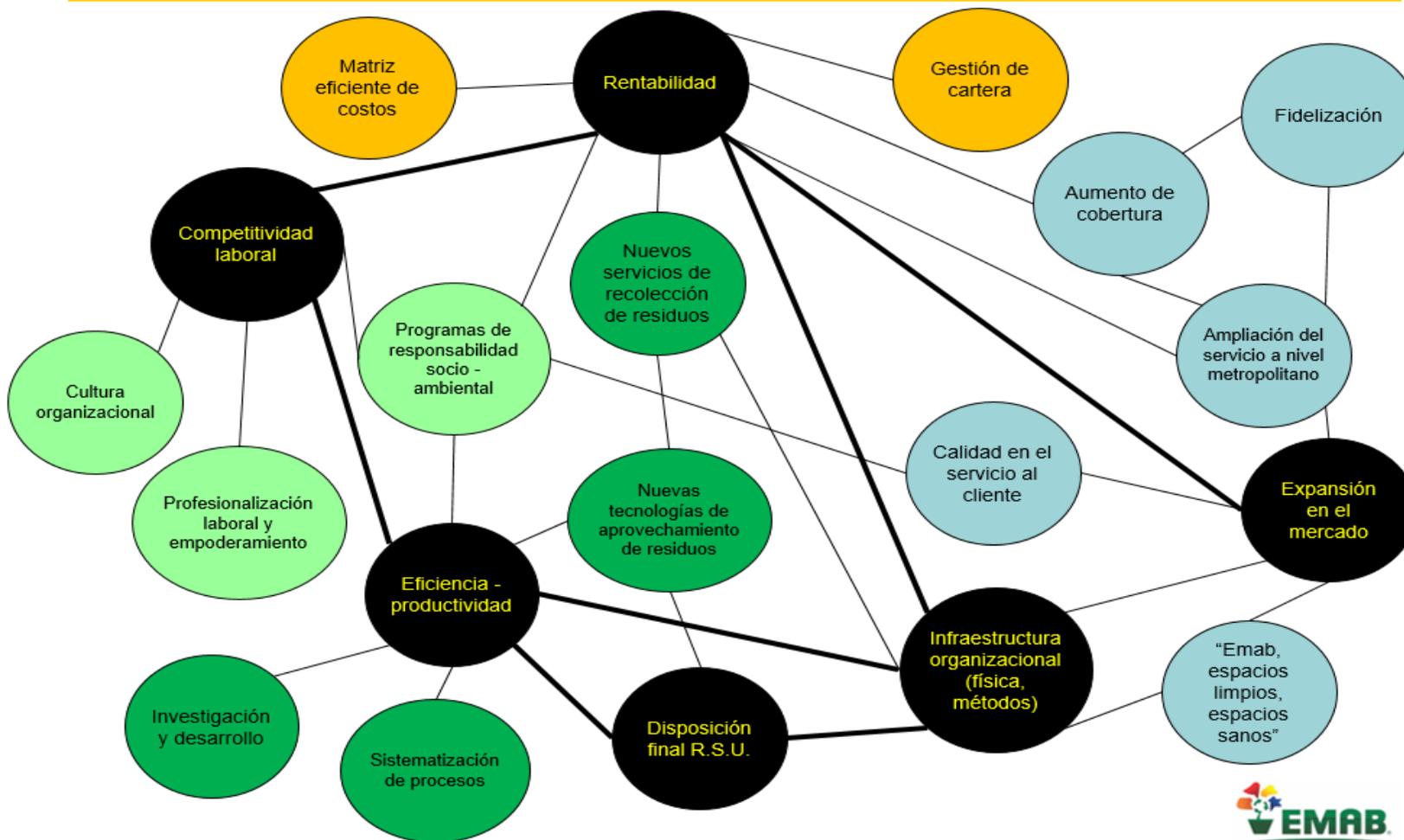
Estrategias principales



Plan de Acción

4. FASE DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

VENTAJA COMPETITIVA SOSTENIBLE - EMAB



La ventaja competitiva se define como la posibilidad de diferenciación frente a la competencia bajo diferentes estrategias que sean sostenibles en el tiempo. De manera tal que la ventaja competitiva debe ser sólida y relevante para los clientes de la organización, por lo que se relaciona a continuación el resultado final:

MAPA ESTRATÉGICO

MAPA ESTRATÉGICO EMAB

