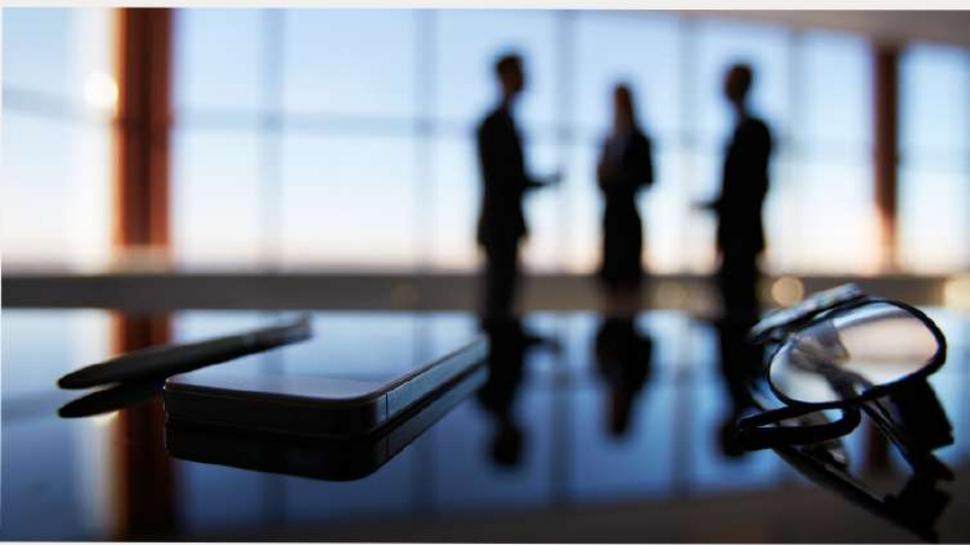




# GUÍA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

EL PASO A PASO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE  
UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DENTRO DE  
UNA ORGANIZACIÓN.



# ¿QUÉ ES UN PLAN ESTRATÉGICO?

La **Planificación Estratégica** es una herramienta clave para dirigir un negocio hacia un objetivo marcado.

Se trata de un documento que contiene los pasos a seguir en una empresa a corto, medio y largo plazo, implica la evaluación de la situación actual de la empresa, definir la misión, visión y valores, la identificación de los objetivos a largo plazo y la elaboración de planes de acción para alcanzarlos.

## ¿PARA QUÉ SIRVE HACER EL PLAN ESTRATÉGICO DE TU NEGOCIO?

Alguna de las razones por las que es importante hacer un plan estratégico son:

1. **Establecer objetivos claros:** permite que la empresa tenga una dirección clara y que todos los empleados trabajen hacia un objetivo común.
2. **Tomar decisiones informadas:** implica la evaluación de la situación actual de la empresa y la identificación de los objetivos a largo plazo. Esto ayuda a las empresas a tomar decisiones informadas y a responder de manera efectiva a los cambios en el entorno empresarial.
3. **Mejorar la eficiencia:** ayuda a las empresas a identificar áreas de mejora y a desarrollar planes de acción para abordarlas. Esto puede ayudar a mejorar la eficiencia y la productividad de la empresa.
4. **Alinear a los empleados:** con los objetivos de la empresa. Esto puede mejorar la moral y la motivación de los empleados, lo que a su vez puede mejorar el desempeño de la empresa.
5. **Identificar oportunidades:** implica la evaluación del entorno empresarial y la identificación de oportunidades para el crecimiento y la expansión de la empresa. Esto puede ayudar a las empresas a aprovechar nuevas oportunidades y a mantenerse competitivas.
6. **Medir el progreso:** el plan estratégico establece objetivos claros y específicos para la empresa a largo plazo. Esto permite que la empresa mida su progreso y realice ajustes según sea necesario para alcanzar sus objetivos.

**El valor de un plan estratégico reside en determinar el rumbo de una empresa.**

# ¿POR QUÉ APOSTAR POR UN PLAN ESTRATÉGICO?

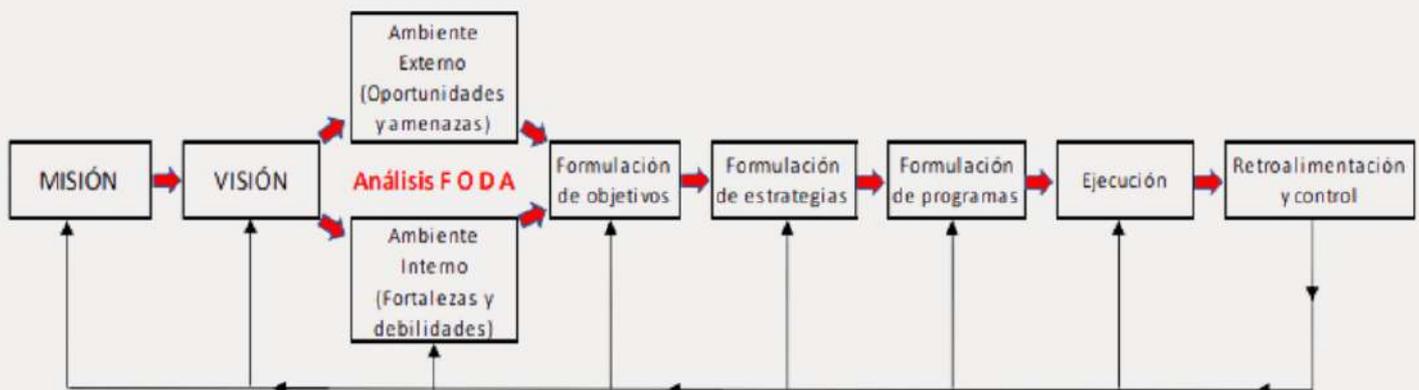
Al elaborar un plan estratégico, la empresa puede analizar su situación actual, establecer objetivos a corto, mediano, largo plazo, y organizar sus recursos de manera óptima para lograrlos. Al tener una **hoja de ruta** previamente establecida, la empresa puede **tomar decisiones** más sencillas y coordinar mejor sus departamentos. Además, el plan estratégico le permite a la empresa optimizar los recursos de los que dispone y descubrir oportunidades de negocio que de otra manera no serían posibles.



## PASOS A PASO PARA HACER EL PLAN ESTRATÉGICO

¿Y qué pasos debes seguir para crear un plan estratégico empresarial que realmente sea efectivo y te sirva como una auténtica hoja de ruta? Vamos con ellos.

Para realizar una planificación estratégica efectiva, es importante seguir un proceso estructurado que incluya:



# PASO 1: DEFINIR LA CULTURA E IDENTIDAD CORPORATIVA (MISIÓN, VISIÓN Y VALORES)

01

El primer paso para elaborar el plan estratégico, es definir la cultura de la empresa. Todo el personal debe compartir los mismos principios e ideas de futuro.

A continuación abordaremos la definición de los tres conceptos: **La misión, la visión y los valores**

## ¿Qué es la Misión?

La Misión es la razón de ser de la organización, ¿por qué existimos?

### ¿Qué características tiene que tener la MISIÓN?

- Debe ser clara y entendida por todos los miembros de la organización.
- Debe perdurar en el tiempo.
- Debe ser única.
- Debe ser inspiradora y que motive a la gente.



## ¿Qué es la Visión?

La Visión es la expresión concisa de la imagen que deseamos para nuestra empresa en el futuro. Sirve para marcar el rumbo que debemos seguir. Responde a la pregunta ¿Qué queremos ser?

### ¿Qué características tiene que tener la VISIÓN?

- Debe ser posible y creíble.
- Debe ser clara, breve y fácil de entender.
- Debe ser el objetivo a perseguir en la empresa.
- Debe ser motivadora.

# ¿QUÉ SON LOS VALORES?

Los valores de una empresa son los principios éticos y profesionales que evidencian su identidad. Son fundamentales para crear una cultura de trabajo, generar comportamientos acorde con lo que se ha propuesto e impactar en el mercado. Los valores de tu empresa impulsan tu negocio; tienen un impacto en la experiencia de los empleados, así como en la relación que desarrollas con tus clientes, socios y accionistas. Son su ADN, y te ayudan a diferenciar tu negocio de la competencia. Por eso, no puedes tomar decisiones comerciales importantes sin tenerlos en cuenta. Además, implementar los valores de tu empresa en todo lo que haces es el ejemplo correcto para tus empleados. Es la única forma de generar confianza en el lugar de trabajo.

## ¿QUÉ SON LOS VALORES COMPARTIDOS DE UNA ORGANIZACIÓN?

Es el conjunto de preceptos, normas, patrones políticos, morales y sociales, que caracterizan la cultura organizacional y que condicionan o guían las conductas de los individuos y que son compartidos, consciente o inconscientemente por todos en la organización. Están estrechamente relacionados con la Misión y la Visión.

### ¿Cómo identificarlos?

Algunos se encuentran en la Misión como las ventajas distintivas de la organización.

Para identificarlos se debe tener “Mente abierta”

Ejemplos de Valores

- Honestidad
- Eficiencia
- Excelencia
- Honradez
- Ética
- Profesionalidad
- Competencia



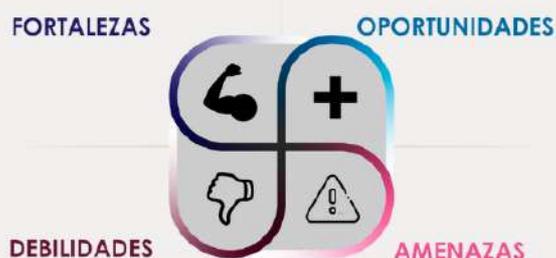
## PASO 2: REALIZAR EL ANÁLISIS DAFO

Una vez definida la misión, la visión y los valores llega el momento de realizar el análisis DAFO o FODA de la organización.

**El DAFO:** es una herramienta eficaz que nos permite analizar nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene nuestra empresa. Nos ayudará a establecer la situación real de nuestra empresa.

En este punto debes identificar:

- **Las fortalezas:** los factores que nos impulsan hacia el crecimiento. Las hemos de tener muy presentes y han de ser la base de cualquier nueva acción
- **Las debilidades:** los factores que nos limitan. Son impedimentos y, por lo tanto, las hemos de gestionar.
- **Las oportunidades:** las oportunidades, junto con las fortalezas, son factores que nos impulsan hacia el crecimiento. Las hemos de tener muy presentes y han de ser la base de cualquier nueva acción.
- **Las amenazas:** las amenazas del mercado pueden convertirse en oportunidades si las trabajamos.





## PASO 3: FORMULACIÓN DE OBJETIVOS, INDICADORES Y PROGRAMAS

Ya estamos listos para pasar al tercer paso: decidir los retos estratégicos que van a guiar la actividad de la empresa durante el próximo año.

Llegado este momento, contamos con una cantidad suficiente de información y unas elecciones estratégicas de alto nivel que nos pueden permitir comenzar a establecer objetivos más concretos. Les llamaremos: **objetivos estratégicos**.

Para facilitarnos la tarea del establecimiento de estos objetivos utilizaremos una herramienta denominada **Cuadro de Mando Integral**. Este cuadro de mando nos permitirá traducir las estrategias de alto nivel en objetivos más cercanos al día a día.

Una vez **definidos** los **objetivos** debemos **definir** los **planes de acción** o de mejora que les corresponden (**iniciativas**). De esta manera nos aseguramos que las mejores acometidas y las inversiones que estas suponen, están completamente alineadas con las estrategias de desarrollo de nuestra empresa.

## 3.1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Se podría definir a los objetivos estratégicos como las metas que la organización pretende alcanzar en el largo plazo basado en la declaración de la misión y visión institucional.

### Criterios a la hora de formular objetivos:

- Empezar con un verbo en infinitivo o formular en futuro perfecto.
- Redactar como aquello que se quiere obtener y en el tiempo en que se logrará
- Expresar claramente a quién se dirige y el contenido de la acción
- Alcanzables con un esfuerzo razonable y posible de ser medido
- Relacionados a la misión y visión organizacional



### Características que deben cumplir los objetivos:

- Medibles
- Alcanzables
- Realistas
- Específicos
- Acotados en el tiempo
- Retadores

## 3.2. INDICADORES

Los indicadores son una medida que permite evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos y si los mismos se van cumpliendo de acuerdo a lo planificado.

### Formulación de los Indicadores

Las siguientes preguntas nos ayudarán a formular los indicadores:

- ¿Qué es lo que se va a medir?
- ¿Quién realizará la medición?
- ¿Qué mecanismos de medición se va a utilizar?
- ¿Qué tolerancias de desviación podrán determinarse?
- ¿Quién tiene interés en los resultados de la medición?
- ¿Qué se hará con los resultados?



Cada **indicador** debe tener **metas** y **acciones definidas** para alcanzarlas. Las metas son las cifras que cuantifican los indicadores.

## PASO 4: IMPLEMENTACIÓN Y EVALUACIÓN

La **implementación** debe enmarcarse a los diferentes programas y proyectos en curso o fase de definición con las líneas estratégicas definidas en el Plan.

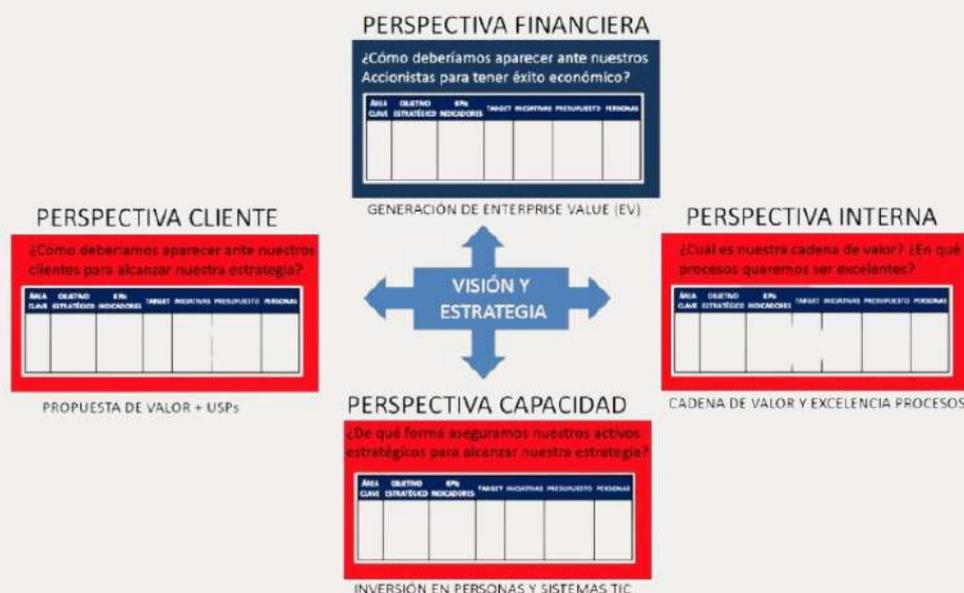
La **evaluación** del Plan Estratégico consiste en verificar el grado de cumplimiento de los objetivos estratégicos y el impacto logrado a nivel del grupo meta o beneficiario. Un instrumento de seguimiento y evaluación son los indicadores a nivel de impacto, resultados definidos en el Plan y en los proyectos.

**Aspectos a ser considerados en la fase de implementación y evaluación:**

- Definir responsabilidades sobre los objetivos y acciones
- Establecer mecanismos de seguimiento periódico, conocido por todos los involucrados
- Realizar evaluaciones periódicas del grado de avance del plan y socializar a nivel de la organización.
- Fomentar las discusiones sobre aspectos específicos del plan con el objeto de enriquecer las acciones que pudieran ser definidas en el proceso.
- Motivar el intercambio de ideas y experiencias en el proceso de implementación.



# PASO 5: HERRAMIENTA DE SEGUIMIENTO - EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL



El Cuadro de Mando Integral es una herramienta para definir, comunicar y medir la evolución de la estrategia establecida.

Traduce la visión de una organización en un amplio conjunto de medidas de actuación estratégica. Combina indicadores de diversa tipología (clientes, procesos, personas, económicos), logrando así un equilibrio entre el desempeño a corto y largo plazo de la organización.

El CMI es algo más que un sistema de mediciones. Es una herramienta que permite comunicar y alinear a las organizaciones con sus nuevas estrategias.

Así pues, el CMI divide la definición y la medición de la estrategia en cuatro perspectivas:

1. Cliente
2. Procesos
3. Aprendizaje y crecimiento (personas)
4. Económica

Esta división en cuatro perspectivas nos indica lo importante que es tener objetivos estratégicos en todas las dimensiones clave de nuestra empresa. De este modo organizamos que nuestro modelo es equilibrado.

**“La medición es el primer paso para el control y la mejora. Si no se puede medir algo, no puede entenderse. Si no se entiende, no se puede controlar. Si no se puede controlar, no se puede mejorar”.**

# GRACIAS POR LEERNOS!



## CONTÁCTANOS:



+593 98 328 1541



[WWW.SIPROEMEC.COM](http://WWW.SIPROEMEC.COM)

## SIGUENOS EN REDES SOCIALES

