



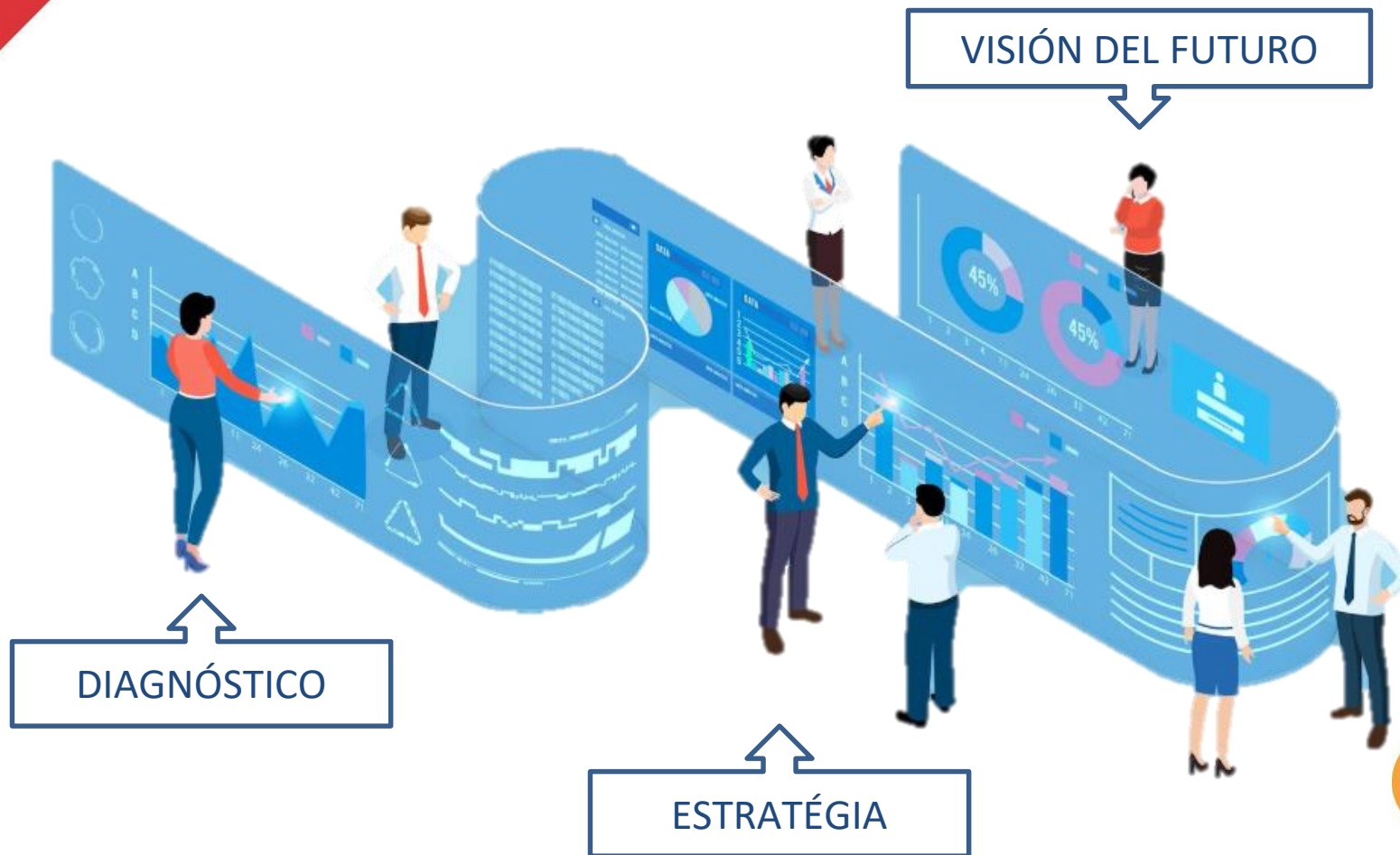
PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA

Planificación estratégica

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA



PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA



PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA



En un mercado cada vez más competitivo el emprendedor debe buscar formas que le ayuden a conseguir los fines propuestos, es ahí donde la planificación estratégica sale a escena, ya que mediante este procedimiento se prepara por medio de estrategias y tácticas para enfrentar las diferentes eventualidades que se presentaren.



La planificación estratégica es fundamental en cualquier empresa ya que brinda al emprendedor/empresario mecanismos necesarios para desempeñarse de manera óptima en su entorno, logrando satisfacer necesidades y posicionarse en la mente de los consumidores consiguiendo una posición relevante dentro del mercado objetivo.

¿Qué es planificar?

Según Ander Egg es prever racionalmente las acciones a realizar en función de los recursos y los objetivos que se quieren lograr para generar transformaciones.

“PLANIFICAR además es conocer la realidad y adoptar decisiones.”

<p>PREVER</p> <p>Implica anticiparse a un acontecimiento o en este caso anticipar las acciones que se deberán realizar.</p>	<p>RACIONALMENTE</p> <p>Implica hacer el análisis de medios y fines y encontrar la coherencia con que serán combinados para alcanzar los resultados previstos.</p>	<p>ACCION</p> <p>Los distintos esfuerzos, tareas, operaciones concretas a realizar</p>	<p>RECURSOS</p> <p>Son las personas y elementos materiales o símbolos que utilizan los miembros de la organización.</p>	<p>OBJETIVOS</p> <p>Son los cambios, resultados, fin o fines que se desean lograr con las acciones a emprender.</p>	<p>TRANSFORMACIONES</p> <p>Los cambios, el futuro deseado en cuanto a construcción de una situación mejor.</p>
--	---	---	--	--	---

La situación actual

El futuro

¿Dónde
estamos?

¿Cómo hacerlo?

¿A dónde
queremos
llegar?



Mediante
estrategias

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Según Goodstein Leonard, la define como “El proceso por el cual los miembros guía de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo”

Caso actual: **Banco del Austro**

¿Qué es estrategia?

Conjunto de políticas y planes de acción que partiendo de lo que es la organización hoy muestra lo que se propone ser en un mañana.





IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA

- Establece un sistema racional para la toma de decisiones, evitando las corazonadas o empirismo.
- Reduce al mínimo los riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades.
Las decisiones se basan en hechos y no en emociones.
- Proporciona los elementos para llevar a cabo el control.
Permite al ejecutivo evaluar alternativas antes de tomar una decisión
- Al establecer un esquema o modelo de trabajo (plan), suministra las bases a través de las cuales operará la empresa.
- Disminuye al mínimo los problemas potenciales y proporciona al administrador magníficos rendimientos de su tiempo y esfuerzo.



IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA

- Propicia el desarrollo de la empresa al establecer métodos de utilización racional de los recursos.
- Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro, más no los elimina.
- Prepara a la empresa para hacer frente a las contingencias que se presenten, con las mayores garantías de éxito.
- Mantiene una mentalidad futurista teniendo más visión del porvenir y un afán de lograr y mejorar las cosas.
- Condiciona a la empresa al ambiente que lo rodea.
- Promueve la eficiencia al eliminar la improvisación.



PRINCIPIOS DE LA PLANIFICACIÓN

PRINCIPIOS DE LA PLANIFICACIÓN



Factibilidad

Lo que se planea debe ser realizable; es inoperante elaborar planes demasiado ambiciosos u optimistas que sean imposibles de lograrse. La planeación debe adaptarse a la realidad y a las condiciones objetivas que actúan en el medio ambiente.

Objetividad y cuantificación

Cuando se planea es necesario basarse en datos reales, razonamientos precisos y exactos, y nunca en opiniones subjetivas, especulaciones o cálculos arbitrarios. Este principio establece la necesidad de utilizar datos objetivos como estadísticas, estudios de mercado, etc. La planeación será más confiable en tanto pueda ser cuantificada, expresada en tiempo, dinero, cantidades y especificaciones (porcentajes, unidades, volumen, etc.)

Flexibilidad

Al elaborar un plan, es conveniente establecer márgenes de distensión que permitan afrontar situaciones imprevistas y que proporcionen nuevos cursos de acción que se ajusten fácilmente a las condiciones

PRINCIPIOS DE LA PLANIFICACIÓN



Unidad: Todos los planes específicos de la empresa deben integrarse a un plan general y dirigirse al logro de los propósitos y objetivos generales, de tal manera que sean consistentes en cuanto a su enfoque, y armónico en cuanto al equilibrio e interrelación que debe existir entre éstos.

Del cambio de estrategias: Cuando un plan se extiende con relación al tiempo, será necesario rehacerlo completamente. Esto no quiere decir que se abandonen los propósitos, sino que la empresa tendrá que modificar los cursos de acción (estrategias) y consecuentemente las políticas, programas, procedimientos y presupuestos.



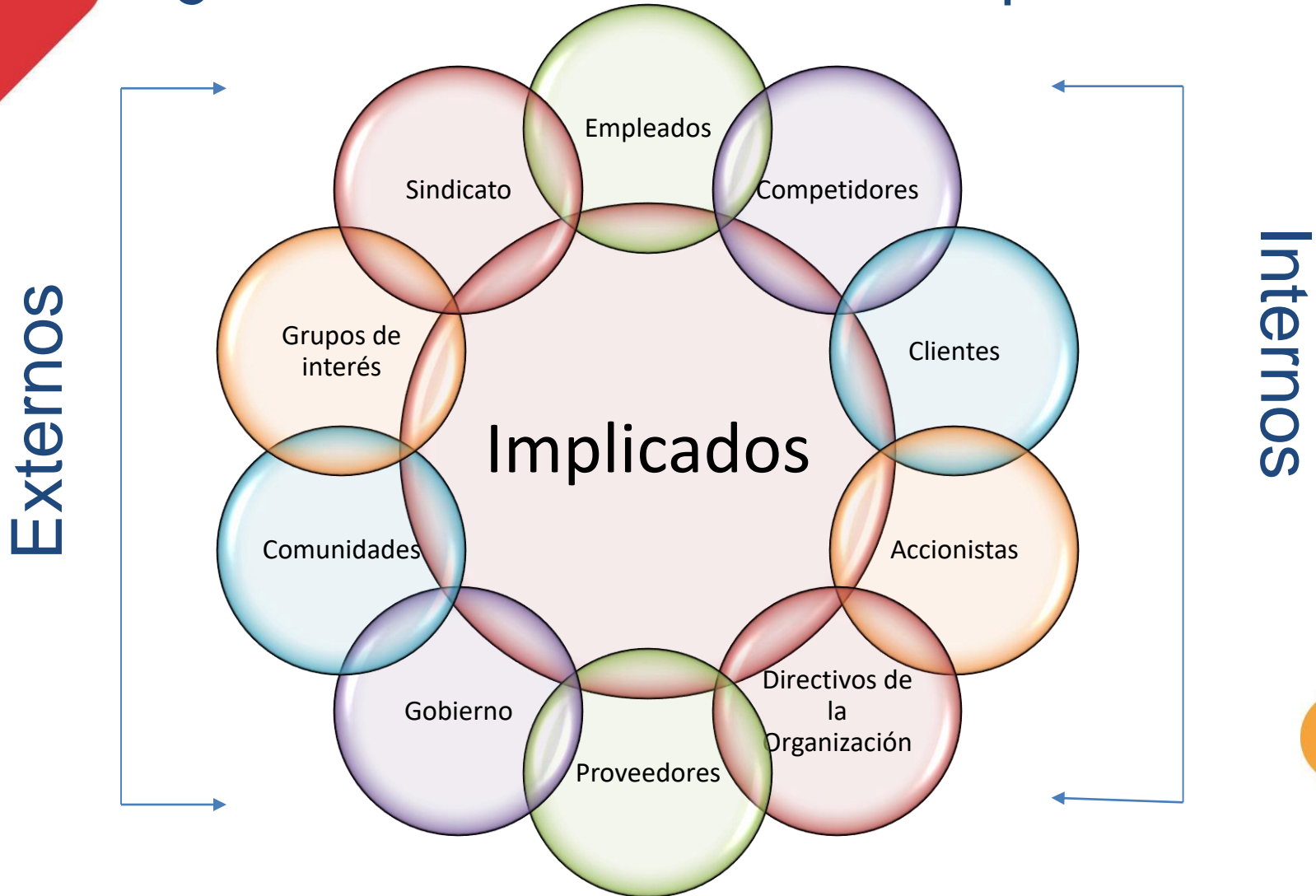
VENTAJAS DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

VENTAJAS DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA:

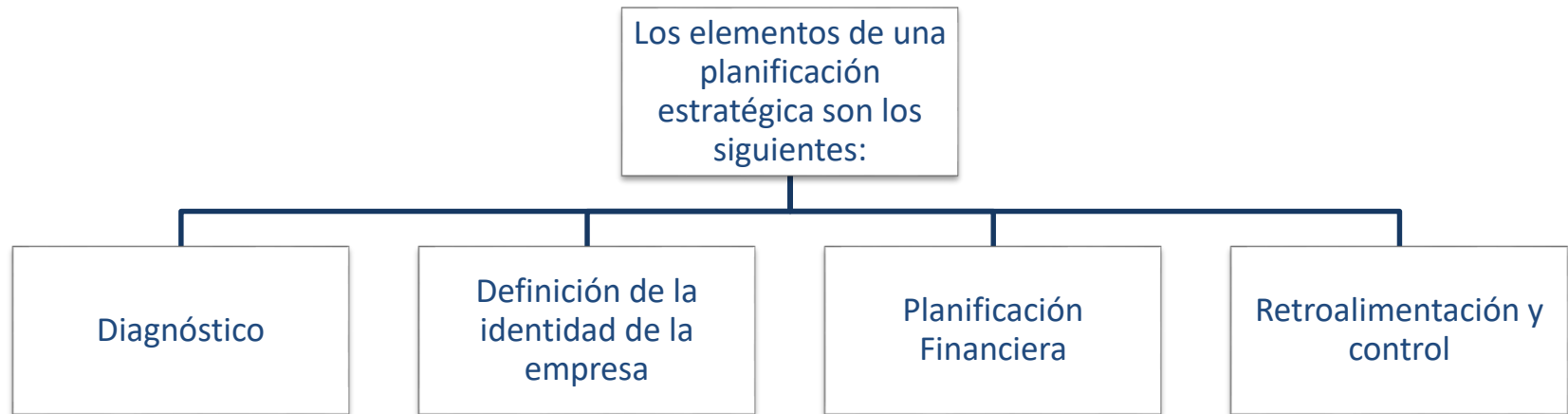


- Plantea en el presente las posibilidades de futuro.
- Permite prever problemas y tomar decisiones de manera preventiva, disminuyendo la resolución correctiva.
- Detecta las amenazas y oportunidades del entorno y la problemática interna con suficiente antelación.
- Establece los objetivos y las metas institucionales, proyectándolos en el tiempo.
- Reduce considerablemente los errores y desviaciones en las metas programadas al definir los posibles cambios y comportamientos, tanto del exterior como del interior de la organización.

¿Cuál es el caso de su empresa?



PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA



DIAGNÓSTICO

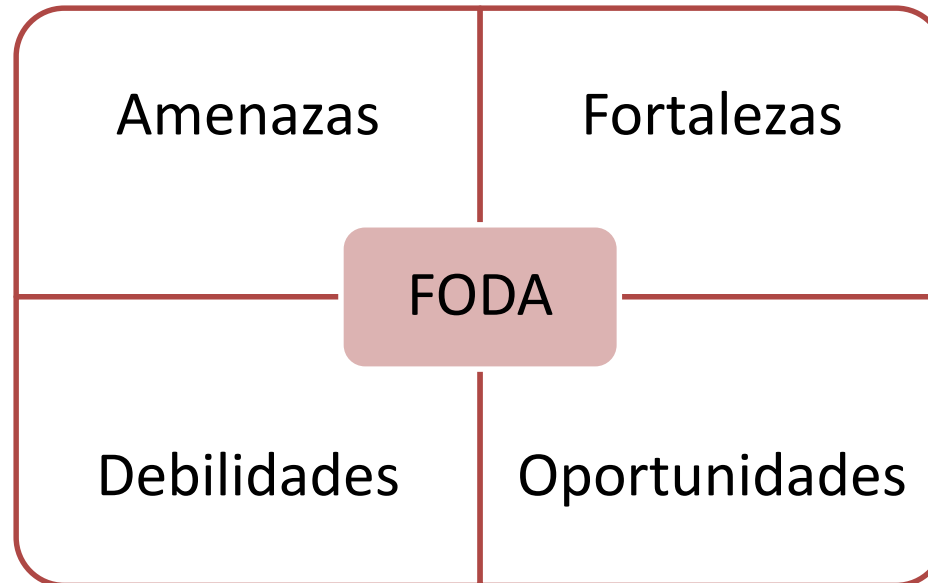
La finalidad del diagnóstico es:

Disponer de información confiable para construir el plan estratégico, a partir del cual deberán elaborarse los planes operativos para cada uno de los responsables y/o distintas áreas de trabajo de la organización.

Ayudar a identificar y analizar las tendencias de mayor impacto en el entorno de la organización.

Crear un espacio para tratar los aspectos institucionales con mecanismos participativos, y fomentar la creatividad de los miembros de la organización.

DIAGNÓSTICO Matiz FODA



La valoración general de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas se conoce como análisis **FODA** y consiste en analizar el ambiente de la empresa tanto interno como externo, permitiendo diagnosticar la situación actual de la organización.

A partir del conocimiento que se obtiene con un FODA se pueden tomar decisiones, reformular la misión de la organización y sus estrategias y objetivos.

	Internos	Entorno
Positivos	<p>¿Cuáles son tus fortalezas en comparación con tus competidores?</p> <p>¿Estás aprovechando al máximo tus fortalezas?</p>	<p>¿Qué oportunidades hay en el mercado?</p> <p>¿Qué estás haciendo para apoderarte de esas oportunidades?</p>
Negativos	<p>¿Cuáles son tus debilidades?</p> <p>¿Qué estás haciendo para fortalecer tus puntos débiles y disminuir tu vulnerabilidad?</p>	<p>¿Cuáles son tus amenazas?</p> <p>¿Estás considerando un plan alternativo en caso que esas amenazas se hagan realidad?</p>

MISIÓN

Es la razón de existir de la organización, el propósito de la organización, la labor asignada o autoimpuesta, es la obligación. Implica, también, lo que la organización no deberá hacer.

Para definir la misión de la empresa se debe responder las siguientes preguntas:

¿Qué funciones desempeña la organización?


¿Para quiénes desempeña estas funciones?

¿De qué manera trata de desempeñar las funciones?

¿Por qué existe esta organización?

Es el objetivo supremo de la empresa, y expresa de modo muy general lo que quiere alcanzar la organización, en función de sus aspiraciones en cuanto a su papel en la sociedad.

ROL DE LA ORGANIZACIÓN EN LA MISIÓN

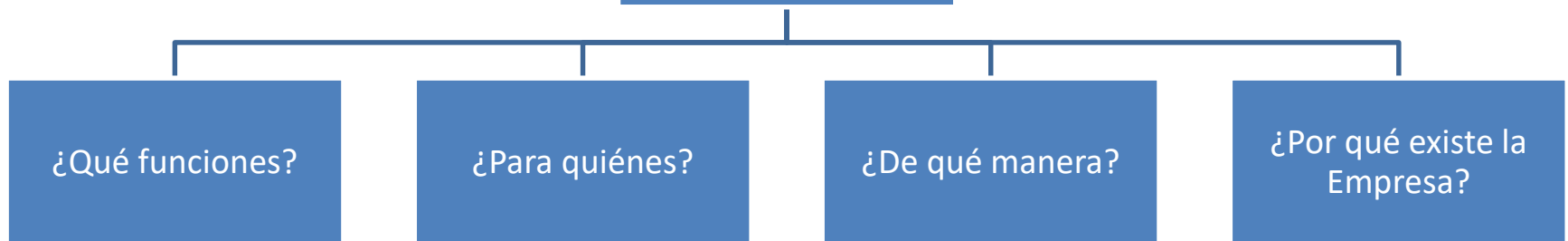


En la formulación y reformulación de la misión resulta importante el papel de los líderes

Pueden facilitar el cumplimiento de las metas y objetivos trazados por las organizaciones.

MISIÓN

Para definir la misión de la empresa se debe responder las siguientes preguntas:



Somos una empresa dedicada a: de calidad, buscando el bienestar y satisfacción de nuestros clientes, impulsando su confianza y fidelidad de las marcas que (fabricamos o) comercializamos.

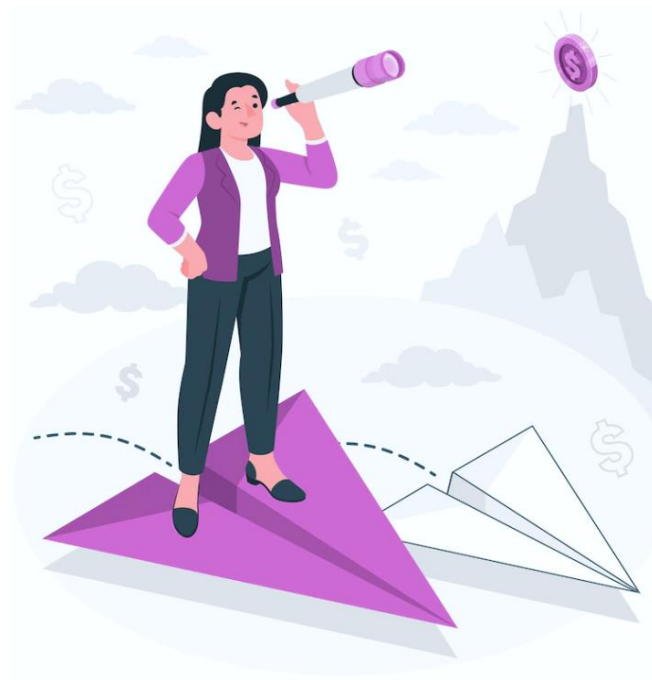
Misión

Nuestra razón de ser son nuestros clientes. La pasión por servirles más allá de sus expectativas nos convierte en el banco local más nacional del país y nos impulsa a crear valor de forma integral a nuestros clientes, funcionarios, accionistas y comunidades.

VISIÓN

Es la visualización de la acción a desarrollar en el presente, pero también implica una proyección; una imagen proyectada en el futuro de la organización que se desea.

Cuando hablamos de visión estamos pensando en la organización que deseamos en el futuro.



FORMULACIÓN DE LA VISIÓN



En la formulación de la Visión es importante considerar las siguientes características:

- Dimensión del tiempo
- Integradora
- Amplia y detallada
- Positiva y alentadora
- Realista
- Consistente



FORMULACIÓN DE LA VISIÓN



En el año 2025 seremos una empresa:
Comercializadora de productos en, eny a nivel

Con infraestructura, desarrollo organizacional, con estrategias de sostenibilidad, adecuadas para la (producción) y comercialización de

Que garantice la satisfacción, tanto del cliente interno, como externo
Con alta responsabilidad social, con el medio ambiente, aportando al desarrollo de la comunidad



Visión

Seremos un banco centrado en nuestros clientes, ofreciéndoles una experiencia de banca física y digital altamente eficiente que logre superar sus expectativas siempre. De esta forma nos convertiremos en uno de los bancos más importantes del Ecuador en términos de tamaño, alcance nacional y creación de valor para todos nuestros grupos de interés.

DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

La mayoría de empresas persiguen un conjunto de objetivos entre los que se incluyen la rentabilidad, el aumento de las ventas, el incremento de la participación de mercado, la disminución de riesgos, la innovación y la reputación.



DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

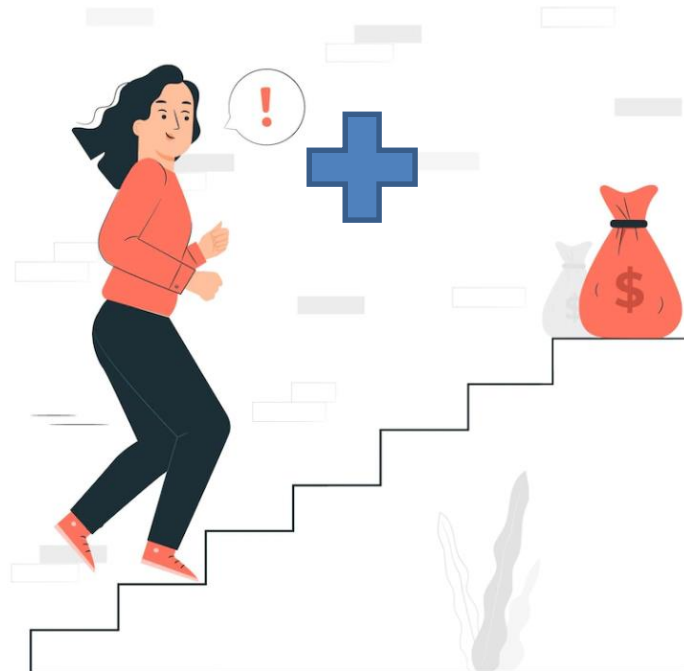
Los objetivos deben cumplir con los siguientes criterios:

- Deben estar dirigidos a los elementos básicos del problema.
- Deben ser medibles, observables y fijados para un periodo de tiempo.
- Deben ser precisos, claros y factibles de lograrse.
- Deben seguir un orden lógico y metodológico.
- Deben establecer resultados y procesos, relacionados con la misión y visión.
- Deben expresarse en verbos infinitivos (evaluar, detectar, incrementar, diagnosticar, conocer, alcanzar, analizar, ejecutar, elaborar, proponer, etc).

DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Se recomienda que el objetivo general debe tener dos componentes:

ACTIVIDAD



RESULTADO

DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

AUTOEVALUACION

- Establezca la diferencia entre visión y misión.
- Que elementos deben considerarse para formular la visión.



ESTRATEGIAS

Los objetivos indican que quiere conseguir la empresa, y la estrategia indica lo que hay que hacer para conseguirlo.

Las estrategias son los caminos o mecanismos a seguir para responder a las nuevas exigencias del entorno y ubicar a la organización en una relación ventajosa para el futuro.

La estrategia no es un fin en sí mismo sino sólo un medio con miras a alcanzar los objetivos de largo plazo.

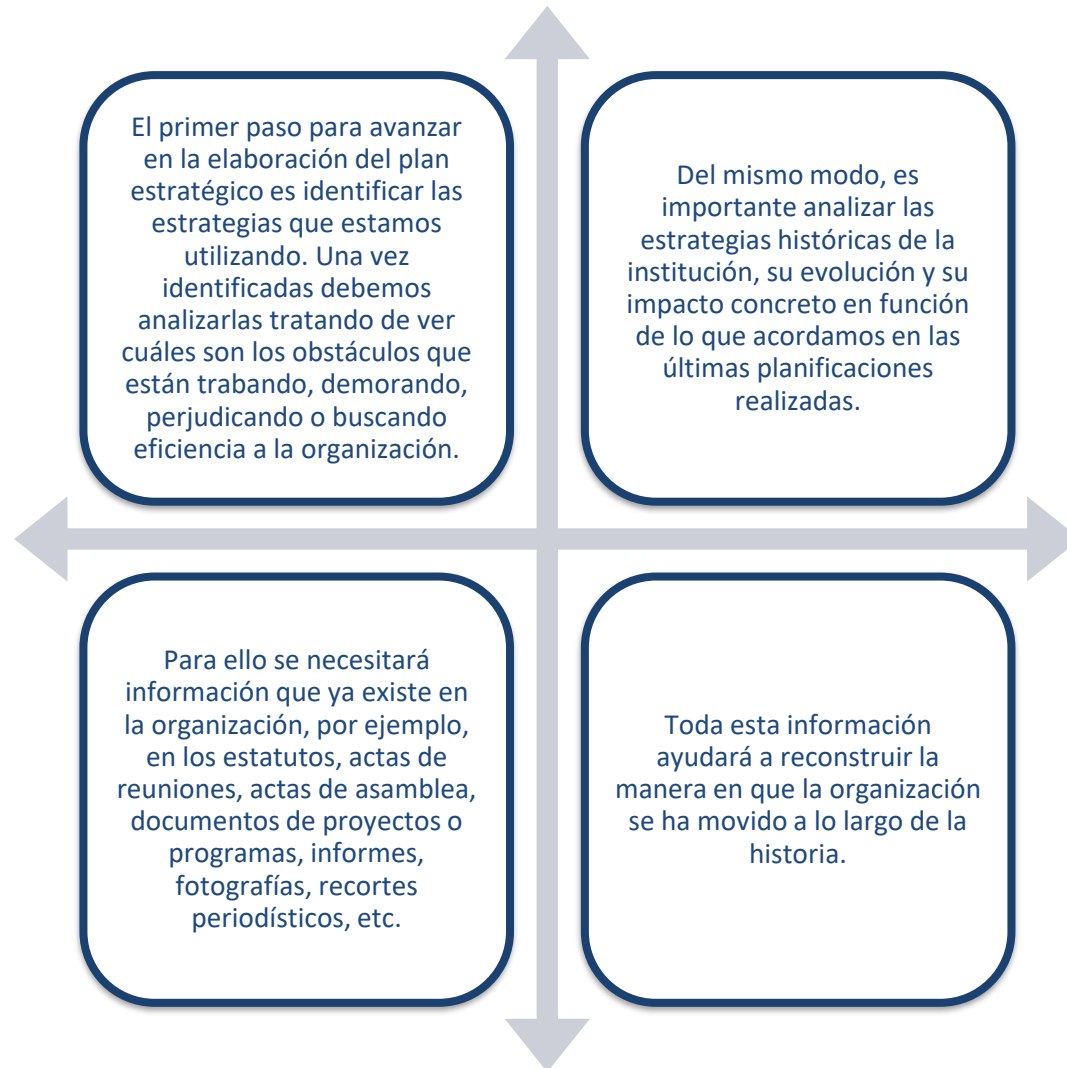
Implica la voluntad de tomar un conjunto de decisiones concretas y de involucrar en las mismas a los miembros de la organización.

Cada estrategia constituye un conjunto de acciones o medidas tácticas, que permite a la organización desarrollarse en el largo plazo y comprometer sus recursos humanos y su capital.

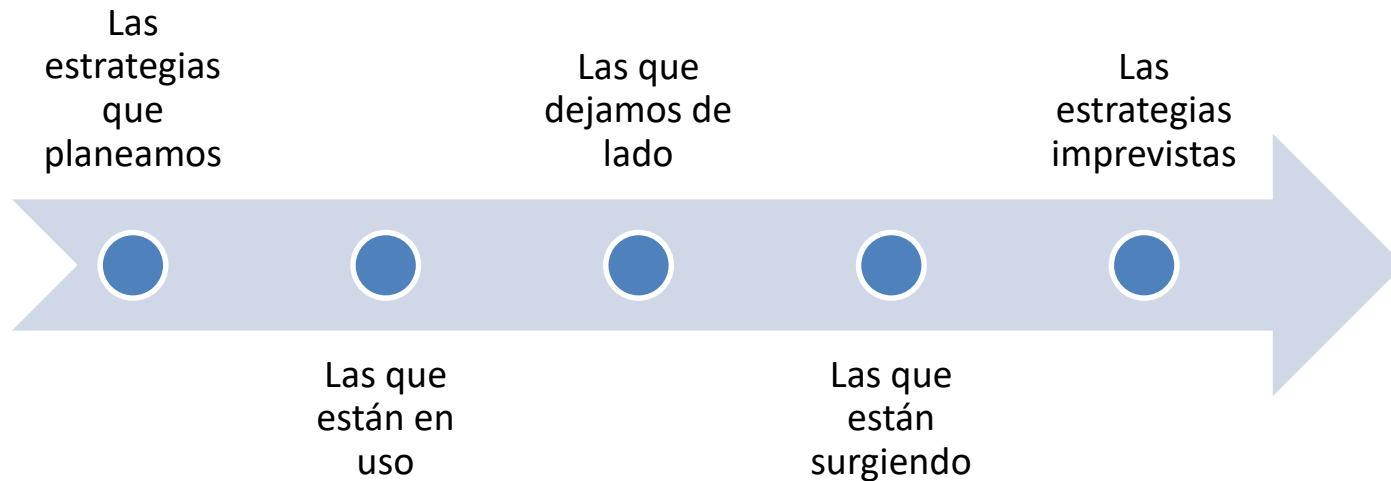
Las estrategias deben formularse para explotar las oportunidades, evitar las amenazas, impulsar las fortalezas, eliminar las debilidades y contribuir al logro de la visión de futuro, de la misión y de los objetivos.



EVALUACIÓN DE LAS ESTRATÉGIAS ACTUALES



ESTRATÉGIAS QUE HAY QUE TENER EN CUENTA EN LA PRIMERA ETAPA



ANÁLISIS DE ESTRATÉGIA

ESTRATEGIAS	LOGROS	OBSTACULOS
Las que planeamos		
Las que están en uso		
Las que dejamos de lado		
Las que están surgiendo		
Las imprevistas		

IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE ESTRATEGIAS FUTURAS

Una vez logrado un panorama claro, a partir de los datos del diagnóstico, donde se pudieron establecer tanto oportunidades como riesgos relacionándolas con las debilidades y fortalezas de la organización, deben definirse que nuevas metas estratégicas pueden plantearse para la organización.

Este paso o momento es muy sencillo y consiste en especificar de modo claro las estrategias que se pueden ejecutar en base a las capacidades de la organización.

Debemos tener en cuenta, por lo menos, tres aspectos fundamentales:

- Hacer un pronóstico rápido y sencillo acerca de todo aquello que pasará si no se actúa. ¿Qué se perderá? ¿Qué se ganará?
- Determinar cuáles son los requisitos: habilidades, destrezas y todas aquellas capacidades que se necesitan para llevarlas a cabo.
- Identificar cuál es el punto de vista y las decisiones que tomarán los dirigentes de la organización.

PRIORIZACIÓN DE ESTRATÉGIAS


Meta estratégica priorizada	Pronóstico	Obstáculos	Capacidades	Posición de los Dirigentes	Estrategia Seleccionada
1-Invertir fondos en publicidad	<p>Mayor cantidad de potenciales usuarios.</p> <p>Mayor cantidad de usuarios</p>	<p>Desconocimiento de técnicas publicitarias</p> <p>Altos precios de la publicidad</p> <p>Falta de presupuesto específico para publicidad.</p>	<p>Predisposición del personal a capacitarse en publicidad</p> <p>Buenas relaciones con algunos medios</p> <p>Acuerdo del consejo para publicitar los servicios</p>	<p>Favorable</p> <p>Medianamente Rechazo</p>	

PLAN OPERATIVO

La Planificación Estratégica no permite, por sí sola, la elaboración de un plan de trabajo operativo que defina los pasos concretos que cada miembro de la organización debe realizar, ni cómo deben asignarse y usarse los recursos materiales que posee la organización para llevar a cabo sus actividades.

Es necesario avanzar en otra etapa de planificación, complementaria a la anterior, que se denomina Planificación Operativa.

La Planificación Operativa representa una continuidad y un complemento de la Planificación Estratégica



PLAN OPERATIVO

Las estrategias nos sirven como guías para la formulación y definición de los diferentes planes y programas que priorice la organización.

Definidas las estrategias es necesario bajarlas a las operaciones concretas de la institución, es decir, convertirlas en programas y proyectos, en base a los presupuestos con los que cuente la organización.

Constituye la etapa final del proceso de planificación y consiste en establecer compromisos para poner en práctica la visión de futuro, la misión, los objetivos y las estrategias de la organización, que fueron diseñadas en la Planificación Estratégica.

La Planificación Estratégica y la Planificación Operativa conforman un proceso de ida y vuelta. La Planificación Operativa indica que se debe hacer, cómo, cuándo y quién debe hacerlo, con qué recursos y cuáles serán los resultados esperados

PLAN OPERATIVO

EMPRESA

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

VISIÓN:

PARA EL AÑO 2025 SER LA EMPRESA DE MEJOR POSICIONAMIENTO EN SU AREA A NIVEL REGIONAL

MISIÓN:

OFERTAR PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CALIDAD, CON INNOVACIÓN PERMANENTE

OBJETIVO ESTRATEGICO INSTITUCIONAL: SATISFACER LAS NECESIDADES ACTUALES DE LOS CLIENTES

1	2	3	4	5	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INDICADOR DE GESTION						
INCREMENTAR VENTAS EN UN 20%	A. PUBLICIDAD	A1. PLAN DE PUBLICIDAD REDES SOCIALES	Gerente	100 Likes						
		A2. ENTREGA A DOMICILIO HOJAS VOLANTES	Jefo de ventar	100 HOJAS VOLANTES mensual						
		A3. PROMOCIONES POR VENTAS	Jefo de ventar	POR CADA \$ 100 DE COMPRA LE ENTREGAMOS UNA CAMISETA						
	B. HORARIO DE ATENCIÓN	B1. Abrir el negocio desde las 7H00 hasta las 20H00	Gerente y departamento de ventar	Atencion de 100 horas extra al mes (horarios rotativos)						
		B2. Colocacion de informativos en la parte mas visible.	Gerente y departamento de ventar	Colocacion de 4 informativos						
		B3. Atencion las días sábados	Gerente y departamento de ventar	4 \$ Sábados al mes						
	C. Mejorar el servicio de atencion a los clientes	C.1. Visitar a talleres y constructoras	Personal de ventar	100 Reparto mensual						
		C.2. Servicio de transporte	Chofer	Registro de entrada y salida de vehicula						
		C.3. Capacitacion al Personal	Técnico	4 capacitaciones mensual						
IMPLEMENTAR UNA NUEVA LINEA DE PRODUCTOS	D. Marketing	D1. Lanzamiento de producto	Gerente	Realizacion de un evento promocional.						
		D2. Promociones del nuevo producto.	Jefo de ventar	Descuento de %10 (precio especial)						
		D3. Visitar personal a clientes	Promotor de ventar	Visitar personal de 80 clientes al mes						
	E. Participar en la feria de la construcción.	E.1. Participar en la feria de la Construcción Macaji 2011	Gerente	Participacion de las tres dias de feria						
		E.2. Publicacion para la feria de exposicion.	Gerente	2000 Catalogar y 4 pancartas						
		E.3. Contar con el personal especializada para la exposicion.	Gerente y personal Técnica	4 personal especializado para atencion en el publica.						
		C.1. Visitar a los clientes	Gerente, Promotor de	Visitar personal de 80 clientes al mes						

RETROALIMENTACIÓN Y CONTROL

A medida que se va aplicando la estrategia, la empresa necesita hacer un seguimiento de los resultados y de los cambios acontecidos en el entorno.

Algunos entonces se mantienen relativamente estables de un año a otro.



Otros evolucionan lentamente de forma bastante predecible. Sin embargo, hay otros que cambian de forma repentina e impredecible. En cualquier caso, la empresa puede contar con que el mercado cambiará; y cuando lo haga, la empresa tendrá que revisar y reajustar los programas, su aplicación, e incluso sus objetivos.



Cuando una empresa fracasa a la hora de reaccionar a los cambios del entorno, le es cada vez más difícil recuperar su posición.

La Planeación Estratégica le permite reaccionar oportunamente



PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA

banco
del  **austro**