

PE1

Proceso de Planeación
Estratégica en 1 día

Bienvenidos

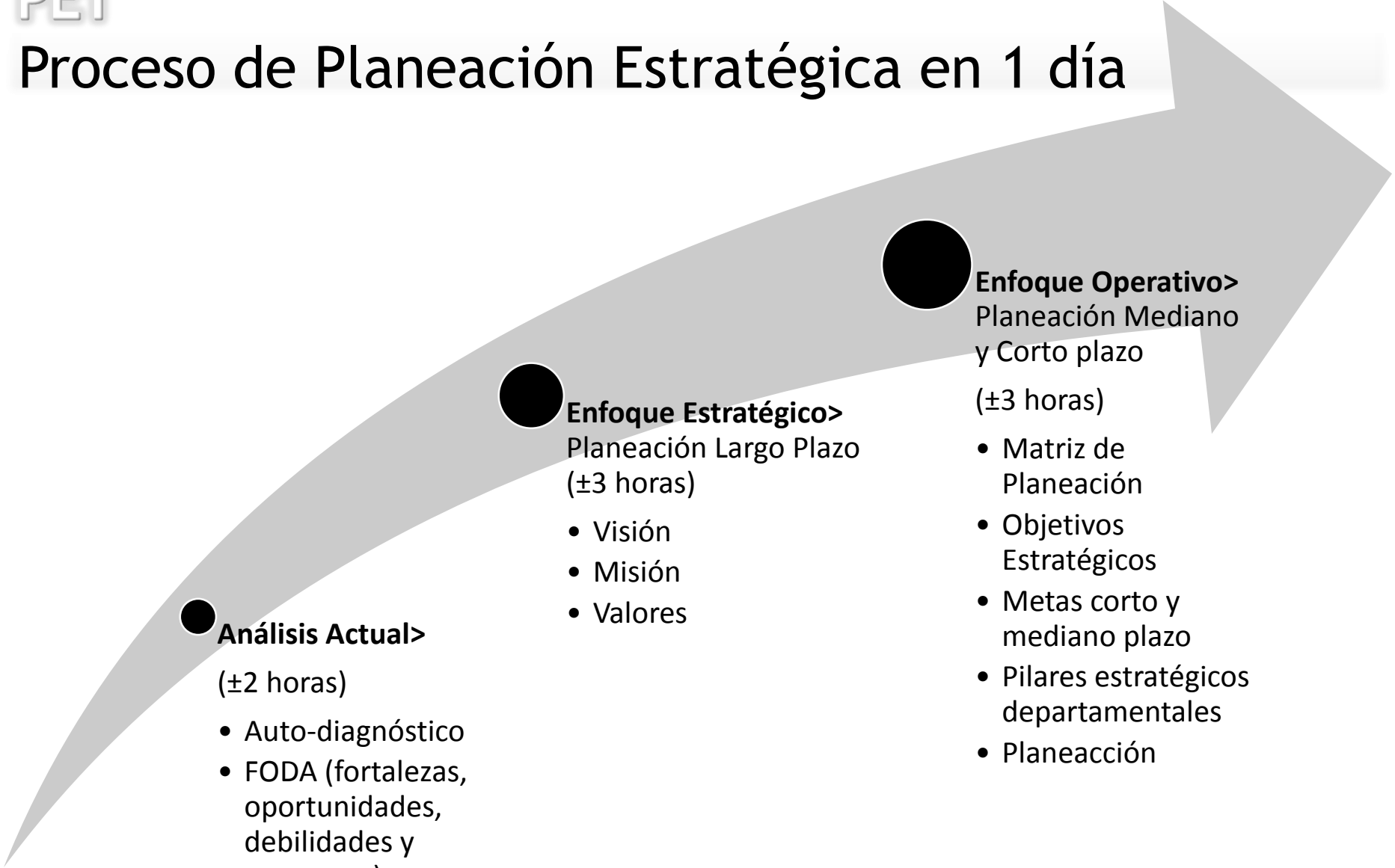


Diest®

" FORMANDO ORGANIZACIONES LEGENDARIAS "

www.diestconsulting.com

Proceso de Planeación Estratégica en 1 día

- 
- **Análisis Actual>**
(±2 horas)
 - Auto-diagnóstico
 - FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas)

- **Enfoque Estratégico>**
Planeación Largo Plazo
(±3 horas)
 - Visión
 - Misión
 - Valores

- **Enfoque Operativo>**
Planeación Mediano y Corto plazo
(±3 horas)
 - Matriz de Planeación
 - Objetivos Estratégicos
 - Metas corto y mediano plazo
 - Pilares estratégicos departamentales
 - Planeación

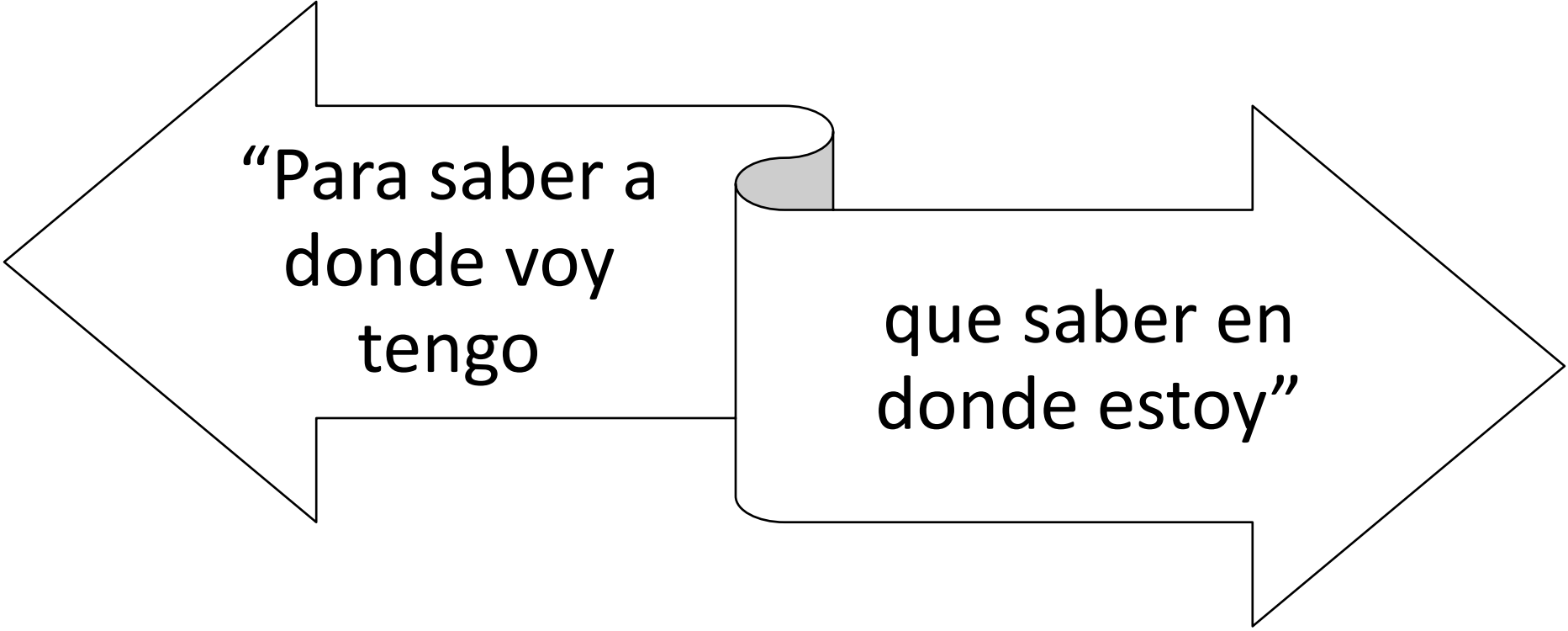
Antes de empezar, las reglas

- Apagar celulares, no llamadas. Habrá descansos cada hora y media.
- No se vale interrumpir.
- Se vale construir sobre las ideas de los demás.
- Ser concretos y objetivos con sus comentarios.
- Cualquier idea o pensamiento es bueno.
- No se vale imponer ideas o criticar destructivamente.
- Se vale poner a discusión una idea.
- No detenerse por decir lo que se piensa.

Parte 1: Análisis de la Situación Actual

Auto diagnóstico

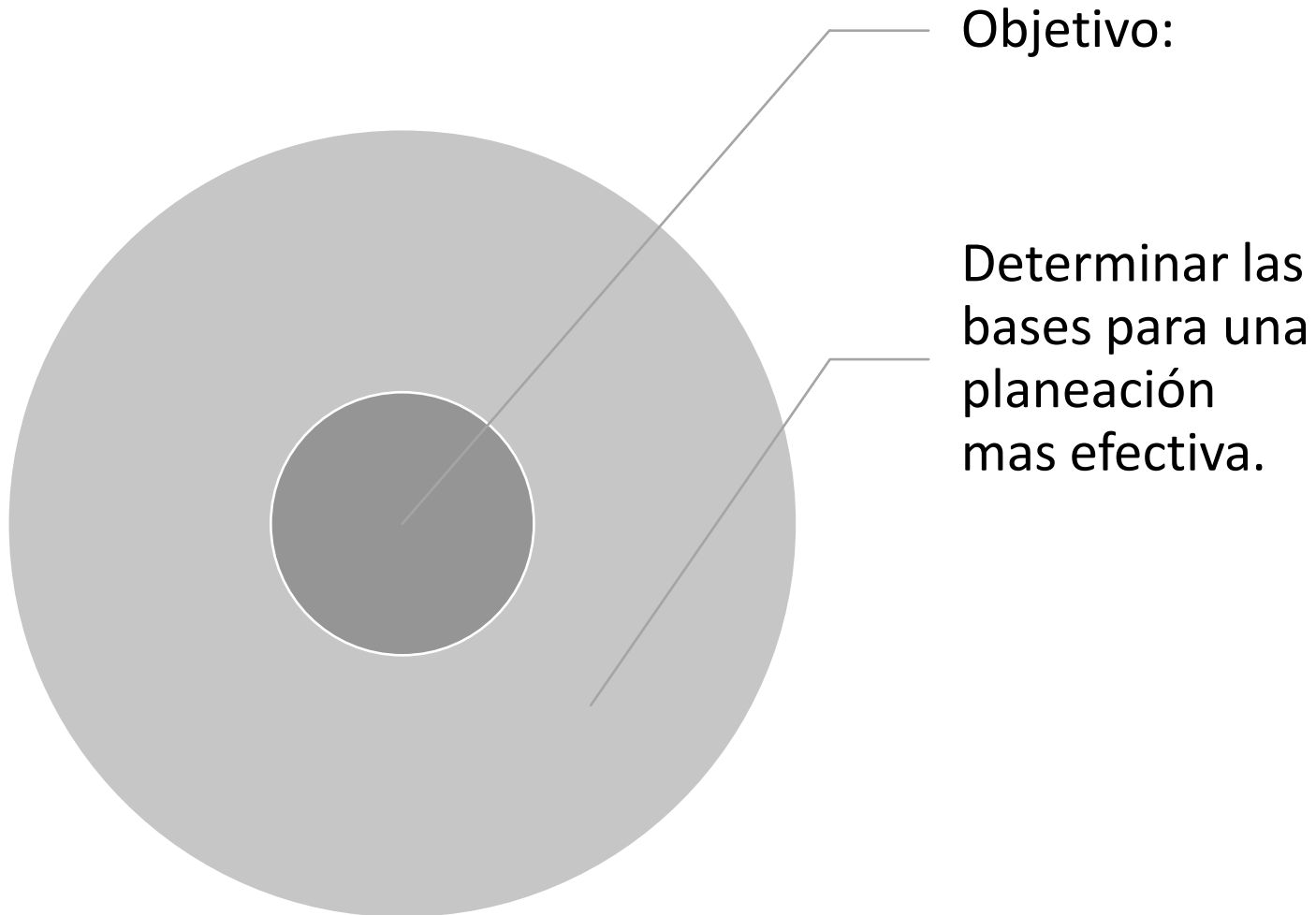
Auto diagnóstico



“Para saber a
donde voy
tengo

que saber en
donde estoy”

Auto diagnóstico



Instrucciones Auto diagnóstico

- Llenar formato de forma individual.
- Sea completamente autocrítico, imparcial y objetivo.
- Sea espontáneo, no la piense demasiado. Usted solo tiene 45 minutos para completar esta tarea.
- Si algún planteamiento no está claro, pregúntenos con toda confianza y se lo aclaramos.
- Auto diagnosticará las siguientes áreas:
 - Visión
 - Misión
 - Valores
 - Enfoque
 - Medición de resultados
 - Gestión financiera
 - Gestión operativa
 - Innovación
 - Mercadotecnia
 - Calidad
 - Estructura y organización
 - Gobierno corporativo
 - Gobierno familiar
 - Tecnología
 - Recursos humanos
 - Servicio
 - Cultura
 - Liderazgo
 - Mercado y Competencia

Manos a la Obra

Análisis de la Situación Actual

FODA

Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

SWOT / FODA

- El Análisis **SWOT** - Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), también conocido como Análisis **FODA** es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.
- La situación **interna** se compone de dos **factores controlables**:
 - Fortalezas.
 - Debilidades
- La situación **externa** se compone de dos **factores no controlables**:
 - Oportunidades.
 - Amenazas.
- Es la herramienta estratégica por excelencia más utilizada para conocer la situación real en que se encuentra la organización.

PREGUNTAS CLAVES

FORTALEZAS

- ¿Qué hacemos excepcionalmente bien?
- ¿Qué ventajas tenemos?
- ¿Qué activos y recursos valiosos tenemos?
- ¿Qué identifican los clientes como nuestras fortalezas?

DEBILIDADES

- ¿Qué podemos hacer mejor?
- ¿Cuáles son las quejas que mas recibimos?
- ¿En que somos criticados?
- ¿Qué piensa nuestro personal?

OPORTUNIDADES

- ¿Qué oportunidades sabemos que existen, pero no hemos aprovechado?
- ¿Cuáles tendencias están manifestándose que podamos capitalizar o aprovechar?

AMENAZAS

- ¿Qué amenazas tenemos que nos hacen vulnerables?
- ¿Qué obstáculos externos existen que bloquean nuestro progreso?
- ¿Vienen cambios significativos en la forma en que nuestros clientes piensan y actúan?
- ¿Vienen cambios significativos legales, jurídicos, políticos, tecnológicos, etc. externos que nos afectan?
- ¿Existen condiciones económicas o de competencia que afecten nuestra viabilidad financiera?

Formato FODA

		Ambiente Externo	
		Oportunidades	Amenazas
Ambiente Interno	Debilidades	Busca	Evita
	Fortalezas	Explota	Enfrenta

Desarrollo del FODA

- De acuerdo al auto diagnóstico realizado, complete el formato FODA de acuerdo a las siguientes instrucciones:
 - Analice su auto diagnóstico.
 - Determine las 3 principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Parte 2: Enfoque Estratégico

Planeación de Largo Plazo

Antecedentes

- De manera simple, el enfoque estratégico determina:
 - ¿A donde irá la organización dentro de los siguientes años?
 - ¿Como llegará?
 - ¿Como sabrá que ha llegado?
- Mas importante que el plan mismo, es el proceso de planeación.
 - La planeación no es un evento, es un proceso.
- Los líderes de una organización saben a donde quieren llegar. Sin embargo, el desarrollo de un plan estratégico ayuda a clarificar los planes de la organización y asegurarse de que todos los líderes clave comparten esa idea.
- El proceso de la formulación de un plan de enfoque estratégico comienza con la definición de la visión, misión y Valores.

El Enfoque estratégico determina lo relevante

- **Visión:** Define lo que se persigue o busca.
 - Una imagen mental de una situación posible y deseable en el futuro.
- **Misión:** Define lo que se ha logrado.
 - ¿Cual es el propósito de nuestra organización?
 - ¿Para que fue creada?
 - ¿Quienes somos, porque hacemos lo que hacemos?
- **Valores:** Define bajo que valores específicos la organización:
 - Guiará sus acciones (actitudes y comportamientos).
 - Generará la cultura organizacional que deseamos tener:
 - Creencias.
 - Normas.
 - Valores.

Reglas del enfoque estratégico

No hay botanas gratis.

- Todo cuesta.
- Los costos que no aparecen en la contabilidad son mayores.

Todo es función de todo lo demás.

- El desempeño de algo afectará a todo y viceversa.

Hay que saber quien tiene el sartén por el mango.

- El consumidor no espera a que las organizaciones quieran cambiar.

A la oportunidad la pintan calva y hay que tomarla por los pelos.

- Miopía de oportunidades.

En este mundo traidor, nada es verdad o mentira, todo es según el color del cristal con que se mira.

- En la gestión no hay recetas ni fórmulas mágicas.
- La economía se basa en expectativas no en realidades.

Antes de empezar, las reglas

- No se vale interrumpir.
- Se vale construir sobre las ideas de los demás.
- Ser concretos y objetivos con sus comentarios.
- Cualquier idea o pensamiento es bueno.
- No se vale imponer ideas o criticar destructivamente.
- Se vale poner a discusión una idea.
- No detenerse por decir lo que se piensa.
- **No incorporar a las discusiones situaciones específicas actuales de la organización- se trata de definir el futuro, no el presente o el pasado.**
- **Pensar en lo extraordinario no en lo ordinario.**

Visión estratégica

Enfoque filosófico > Planeación Largo Plazo

Visión Estratégica

**Todo gran negocio, inició con una
visión**

Visión Estratégica

¿A donde
queremos
llegar?

Como NO debe ser una Visión

Chevron

- Nuestra visión es ser lo mejor de lo mejor, o que significa:
 - Todos los empleados están orgullosos de su trabajo
 - Los competidores nos respetan
 - Los clientes y proveedores nos prefieren
 - Inversionistas están deseosos de invertir con nosotros
 - Las comunidades nos dan la bienvenida

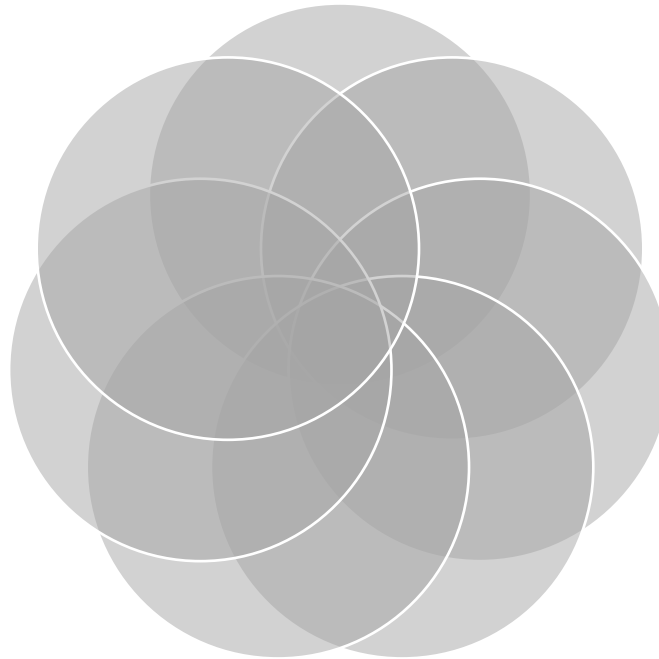
Visión

La Visión es una fotografía, una imagen, una declaración del estado ideal futuro de la compañía.

Un sueño casi imposible- Diest

La visión debe ser estipulada por **lo que se desea** y no por lo que se cree que se puede.

La Visión debe invitar e **inspirar** a la gente a quererlo lograr.

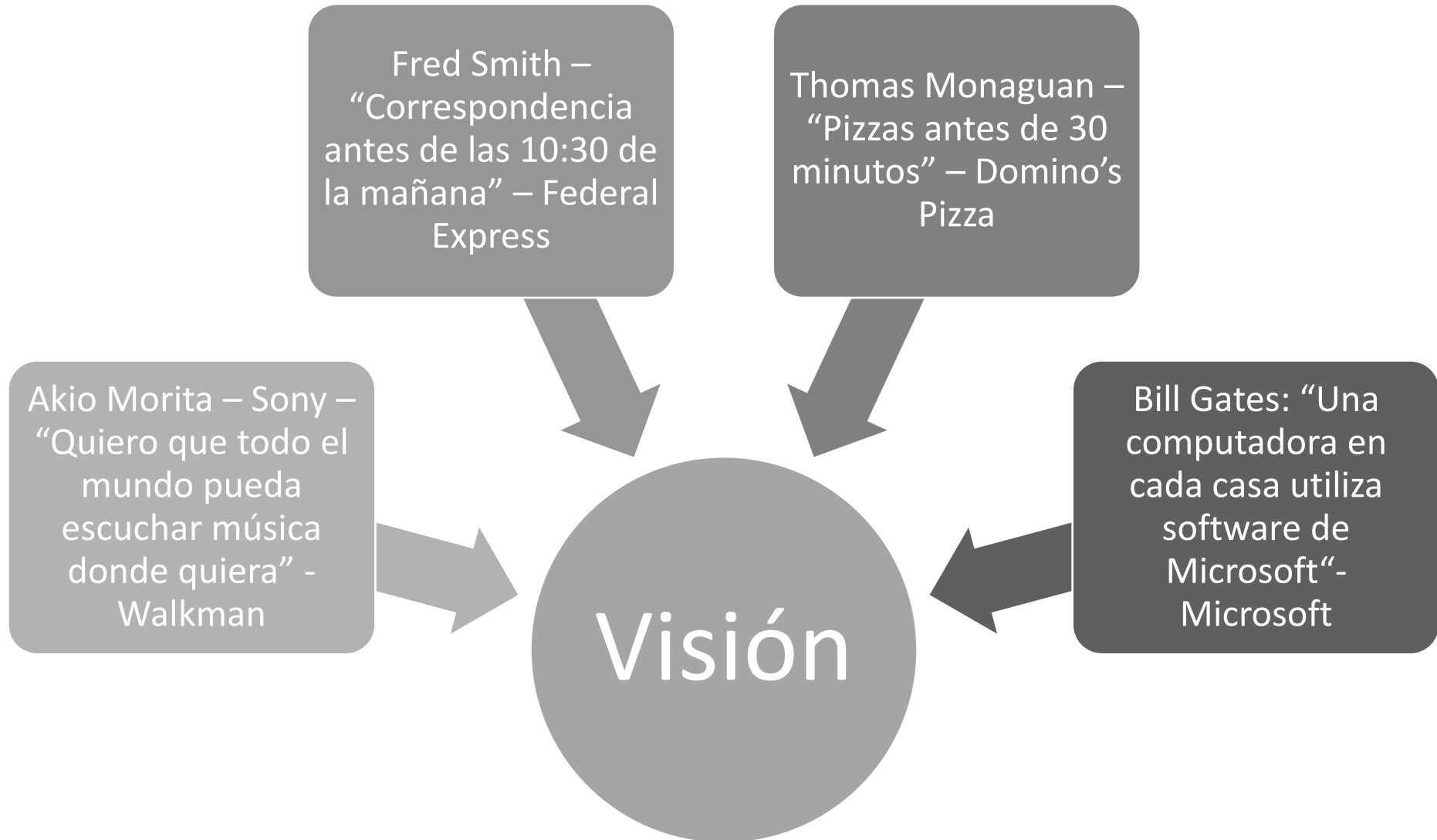


Debe ser algo tan poderoso que pueda cambiar la industria o el mundo

La Visión debe **crear retos** Para la Organización.

La Visión debe **crear algunos problemas** a la organización.

Visión- Ejemplos



Proceso

1

- Lluvia de ideas

2

- Elaboración de diagrama de afinidad

3

- Retroalimentación al diagrama de afinidad

4

- Formulación de los enunciados

5

- Debate y Aprobación

La Prueba Cuádruple

¿Esta visión
es diferente a
lo que hemos
venido
haciendo?

¿Es
alcanzable?

¿Es
sumamente
motivante?

¿Es retadora,
un sueño casi
imposible?



Generación de lluvia de ideas Para la formulación de la Visión

Es el 2016 y hemos sido exitosos
¿Cuál fue el sueño casi imposible que logramos?

Escriba su idea en el formato, respete la prueba cuádruple

Misión estratégica

Enfoque filosófico > Planeación Largo Plazo

Misión Estratégica

¿Quienes
somos, porque
hacemos lo que
hacemos?

Misión

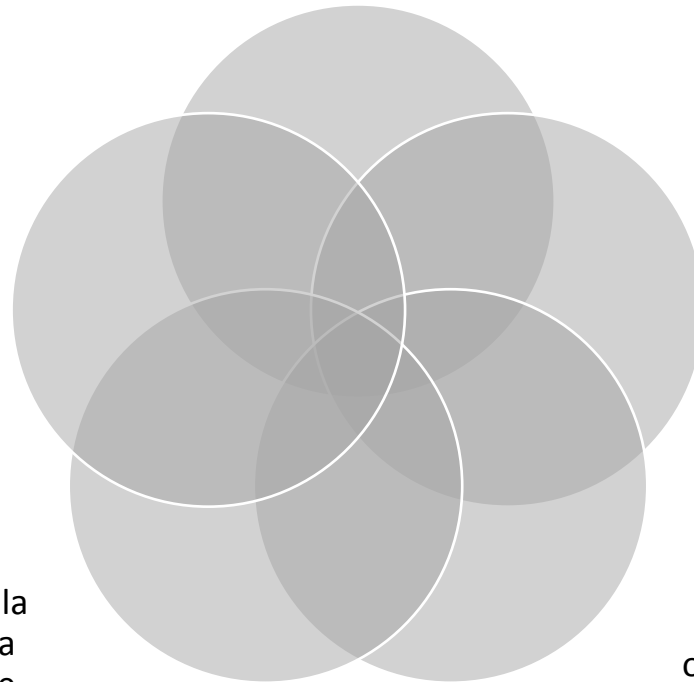
La Misión es el Propósito de la organización, ¿Para que fue creada?

La misión debe ser un documento visible que permita al personal de la organización enfocar sus esfuerzos.

La misión especifica el objetivo de mas alto nivel que la organización debe alcanzar.

El objetivo principal de la misión es servir de guía interna para la toma de decisiones

Establece aquello que la organización piensa hacer y para quien lo hará.



Misión- Ejemplos

Microsoft

- Nuestra misión y valores son el de ayuda a la gente y a los negocios de todo el mundo a lograr su máximo potencial.

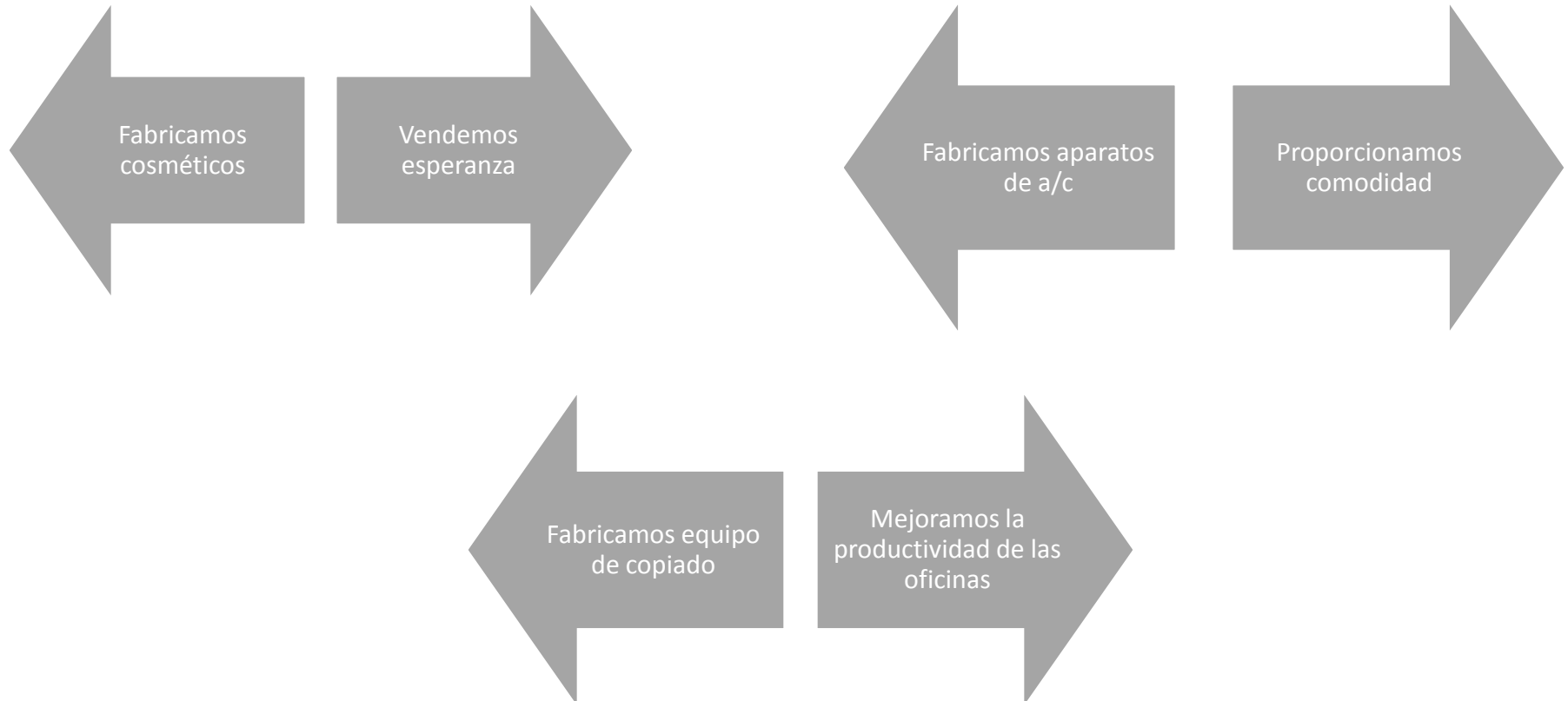
Google

- La misión de Google es organizar la información mundial y hacerla universalmente accesible y útil.

Un Paréntesis- ¿cual es el propósito?

Con frecuencia se definen los negocios en términos de productos, sin embargo, un negocio debe de ser considerado como un proceso para satisfacer al cliente y no como un proceso de producción de bienes o servicios.

Ejemplos:



Proceso

1

- Lluvia de ideas

2

- Elaboración de diagrama de afinidad

3

- Retroalimentación al diagrama de afinidad

4

- Formulación de los enunciados

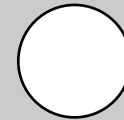
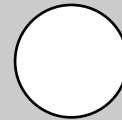
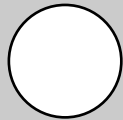
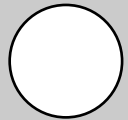
5

- Debate y Aprobación

La Prueba Cuádruple

¿Esta Misión
nos enfoca?

¿Provee una
guía de
dirección?



¿Es
Entendible
para todo el
personal?

¿Considera
las
expectativas
de los
clientes?

Generación de lluvia de ideas para la formulación de la Misión

Hoy fundamos esta organización,

¿con que propósito?

- Considere las expectativas de los Clientes

Valores

Enfoque filosófico > Planeación Largo Plazo

¿Qué actitudes,
principios,
comportamientos y
filosofías guiarán
nuestras acciones
en todo lo que
hacemos?

Valores

- Los Valores representan la columna vertebral de una empresa.
- Los Valores no pueden ser violentados
- Los Valores son importantes porque nos ayudan a:
 - Medir la rectitud de los actos dentro y hacia afuera de la organización.
 - Mostrar las cualidades positivas bajo los cuales se regirá el comportamiento de los miembros de la organización.
 - A tomar decisiones sobre todo cuando hay conflictos morales en juego y a como lidiar con ellos.
- El objetivo principal de la declaración de valores es servir de guía interna Para las personas que toman decisiones.
 - Guiarán sus acciones, actitudes y comportamientos.
 - Generan la cultura organizacional que deseamos tener, creencias, normas y valores.
 - La declaración de valores y principios debe ser un documento visible que permita al personal medir las consecuencias de sus actos.
- Deben proveer soporte al logro de la visión y fortalecer la misión de la organización

Valores- Ejemplo Bimbo

Persona

"Ver siempre al otro como persona, nunca como un instrumento."



Pasión

"Vemos nuestro trabajo como una misión, una pasión, una aventura. El compartir esto en un ambiente de participación y confianza es lo que constituye el alma de la empresa."



Rentabilidad

"Es el resultado visible de todas nuestras ideas, esfuerzos e ilusiones. Es el oxígeno que permite a nuestra empresa seguir viviendo."



Efectividad

"Lograr que las cosas sucedan: Resultados. Servir bien es nuestra razón de ser."



trabajo en equipo

"Agiles, activos, entusiastas, con los tenis puestos. Compartir, aprender de todos."



Confianza

"Base sobre la que se construye todo. Contar con el otro para la tarea común."



Calidad

"Nuestra empresa debe ser creadora, eficiente, productiva y con un altísimo ideal de Calidad y Servicio."

Generación de lluvia de ideas para la formulación de valores

Hoy fundamos esta
organización,

¿Cuáles serán los 3
principales Valores y
Principios que definirán
el tipo de organización
que deseamos ser?, o
bien, ¿Cuáles serán los 3
fundamentos que
tendremos que respetar
si queremos prosperar y
trascender en el futuro?

Parte 3: Enfoque Operativo

Planeación Mediano y Corto plazo

¿Qué es una Organización Legendaria?



Una organización
legendaria es aquella
que trabaja
incansablemente
para trascender mas
allá de sus **propias**
limitaciones y de las
del **mercado**

5 Objetivos de las organizaciones Legendarias

Extraordinario
nivel
de servicio al
cliente

Solidez
institucional y
agilidad
Organizacional

Lideres y
Talento
de
alto
desempeño

Liderazgo
Del
mercado

Rentabilidad
Y crecimiento

Las 5 fuerzas de la organización legendaria



Estructura de la planeación operativa

Visión

¿Hacia a donde vamos?

Objetivos estratégicos

¿Lo que queremos lograr en el corto y mediano plazo?

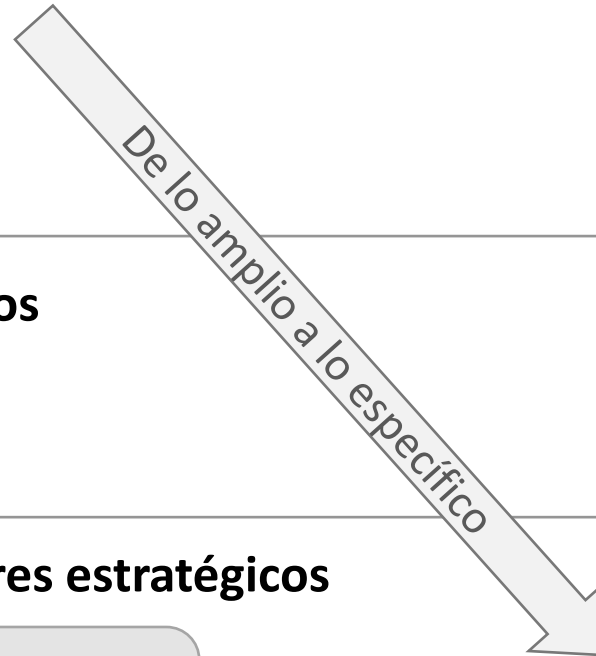
Pilares estratégicos

Los tres pilares estratégicos en donde concentrará sus esfuerzos cada área

Planeación

- Las acciones que las áreas implementaran para construir el pilar estratégico

De lo amplio a lo específico



Objetivos Estratégicos

¿Cuáles son los objetivos que tenemos que lograr en el corto y mediano plazo para alcanzar nuestra visión?

Generación de lluvia de ideas para la formulación de objetivos estratégicos

Proponer un objetivo por cada fuerza de la organización legendaria

Proponer metas de corto y mediano plazo

Establecer los pilares estratégicos por área

Planeación Estratégica

El principal papel que los líderes desempeñan es el de establecer la pauta y dirección de la empresa mediante la planeación de:



Matriz de Planeación

Ahora toca el turno de los responsables de cada área intervenir y facilitar con sus equipos y personal definir la Planeación que consiste:

Plan de acción

- Desarrollar y ejecutar un plan de acción para para construir los 3 pilares estratégicos
- Cada plan debe contar con una meta.

Requerimientos técnicos

- Las necesidades que tendrán para lograr los objetivos (equipo, infraestructura, software, etc.)

Operaciones / procesos

- Procesos que tendrán que mejorarse o crearse

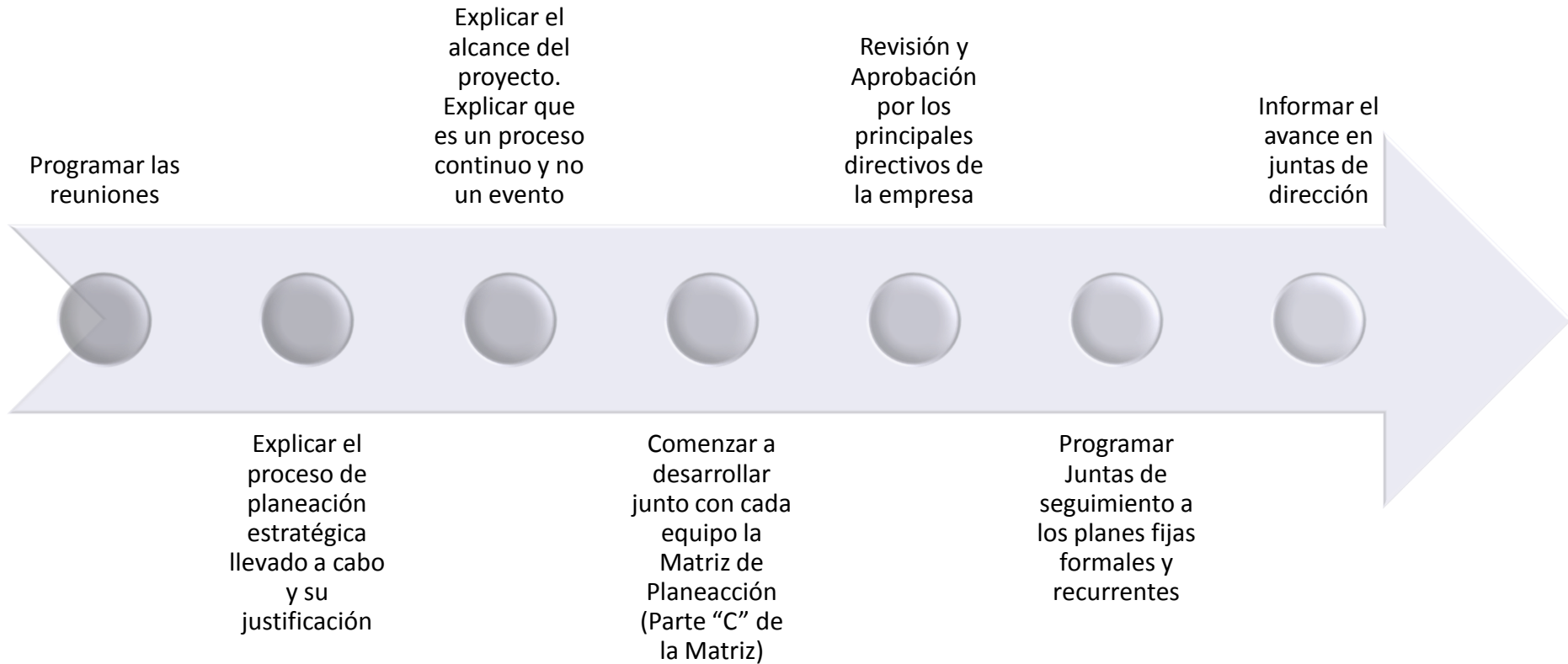
Recursos humanos

- Necesidades de personal, capacitación, etc.

Finanzas

- Necesidades financieras, presupuestos requeridos, etc.

Proceso a seguir para el llenado de la Matriz de Planeación



Muchas Gracias

Lic. Hugo Alberto Becerra E.
Cel.: 044 (656) 199 8976
Email: hugo@diestconsulting.com

Teléfono: (656) 208.3046
Av. Hermanos Escobar 6131-1, Partido Romero, Cd. Juárez, Chihuahua México

www.diestconsulting.com