

✧
Desarrollo de
Capacidades
Estratégicas

Planeación Estratégica

Ficha Técnica

Enero 2008
v1

Planeación Estratégica®

Objetivo General

Aplicar las herramientas para elaborar las estrategias que permitan alcanzar la visión de la organización, expresando su significado en objetivos específicos cuyo logro sea mensurable a través de Indicadores de Valor Creado para sus Grupos de Interés.

Beneficios

Los participantes en las sesiones de formación podrán:

- Tener mayor certidumbre del Rumbo Estratégico definido, fundamentado en la comprensión de la dinámica de sus mercados y de las capacidades estratégicas actuales y en vía de desarrollo;
- Incrementar la probabilidad de obtener los resultados proyectados en horizontes de tiempo acorde a la agresividad de las estrategias, soportado por el desarrollo factible de las capacidades estratégicas necesarias.
- Desarrollo de pensamiento estratégico del grupo directivo, impulsado por el uso de las metodologías y por las interacciones de alta calidad, con base en técnicas de diálogo, para compartir creencias y lograr el consenso del rumbo del negocio.

Duración

24 horas

Contenido

I. NATURALEZA Y ALCANCE DE LA ORGANIZACIÓN.

- a. Revisión – Definición de la Visión de la Organización.
- b. Necesidades y Satisfactores de la Organización.
- c. Familias de Productos - Grupos de Clientes y Segmentos de Mercado.
- d. Identificación de Espacios de Mercado.
- e. Mapa de la Dinámica del Mercado.
- f. Portafolio de Negocios: Soluciones Actuales – Segmentos de Mercado. Soluciones Integradas – Espacios de Mercado.
- g. Factores Críticos de Éxito de cada Segmento de Mercado.
- h. Revisión – adecuación de la Misión de la Organización.

Planeación Estratégica®

II. MODELOS MENTALES DIRECTIVOS

- a. Conceptos sobre modelos mentales.
- b. Dinámica para identificar modelos mentales directivos.
- c. Identificación de efectos deseados y no deseados de los modelos mentales identificados.
- d. Descubrimiento de nuevos significados organizacionales.

III. IDENTIFICACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS Y DE LA CALIDAD DE SUS RELACIONES

- a. Identificación de grupos de interés.
- b. Definición de beneficios esperados.
- c. Construcción de la matriz: importancia – calidad de la relación / importancia – calidad de la atención.
- d. Identificación y registro de oportunidades y amenazas con base en las posibilidades de sinergias y/o de la calidad de la relación.

IV. DINÁMICA DEL ENTORNO

- a. Identificación de factores que generan la dinámica del entorno para cada sector del negocio.
- b. Escenarios estratégicos.
- c. Identificación de amenazas y oportunidades (retos para la organización).
- d. Priorización con base en matriz de impacto vs probabilidad.

V. CAPACIDADES ESTRATÉGICAS

- a. Identificación de Capacidades Estratégicas actuales.
 - i. Identificación de la forma como se combinan los recursos para generar los productos y los resultados de la Organización.
 - ii. Definición de Recursos Estratégicos e indicadores asociados.
 - iii. Identificación actual de niveles de recursos.
 - iv. Interpretación de desempeños y estándares de servicio logrados en ciclos anteriores (indicadores y objetivos).
- b. Identificación y registro de áreas sólidas y de oportunidad asociadas a las condiciones actuales (F y D).

VI. FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO EN LOS MERCADOS

- a. Exposición del ciclo de experiencia del cliente.

Planeación Estratégica®

- b. Desarrollo del ciclo de experiencia del cliente para cada segmento de mercado.
- c. Desarrollo del ciclo ideal de experiencia del cliente para los nuevos espacios de mercado.
- d. Registro de las oportunidades identificadas.

VII. DESARROLLO DE ESTRATEGIAS

- a. Análisis integral de condiciones actuales: retos (amenazas y oportunidades); capacidades estratégicas actuales (áreas sólidas y de oportunidad), para determinar estrategias y acciones clave preliminares.
- b. Posicionamiento del portafolio de negocios en función de la madurez de su ciclo de vida, competitividad y atractividad del crecimiento del mercado.
- c. Definición del mosaico de posibilidades para cada sector del portafolio. Atractividad de las oportunidades vs necesidad de capacidades y nivel de riesgo.
- d. Definición formal del Rumbo Estratégico para cada sector del portafolio de negocios.
- e. Identificación de los indicadores que permitirán evaluar los efectos esperados al implementar la estrategia.

VIII. DESARROLLO DE OBJETIVOS

- a. Desarrollo del mapa de la dinámica del sistema organizacional. Permitirá apreciar la relación causal entre los recursos estratégicos, los factores críticos del mercado y los indicadores de valor creado.
- b. Desarrollo de los objetivos asociados a cada estrategia.
- c. Elaboración del diagrama de objetivos interdependientes entre los grupos de interés de la Organización, para hacer operativas las estrategias definidas:
 - i. Determinación de propuestas de valor para cada grupo de interés (beneficios / reducción de inconveniencias),
 - ii. Capacidades requeridas para el desempeño (Recursos y soportes),
 - iii. Definición de indicadores,
 - iv. Desarrollo y registro de los objetivos.
 - v. Elaboración del diagrama de interdependencia entre los Grupos de Interés.