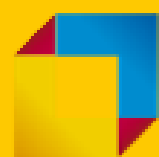




PLANEACIÓN ESTRATEGICA



2021



“Planifica tu trabajo y trabaja tu plan”.
Napoleon Hill

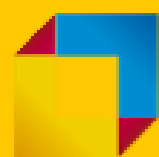


PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



CONTENIDO

- **Hablemos de planeación**
- **¿Qué es la planeación estratégica?**
- **¿Cómo comenzamos su aplicación?**
- **Definiendo Misión, Visión, Valores**
- **Modelos de Planeación Estratégica**
- **Estrategia del Océano Azul**
- **Order Winners / Order Qualifiers**



Planeación

- **Trazar un camino claro para alcanzar metas**
- **Establecer el punto al que se quiere llegar**
- **Qué pasa dentro del Camino**
- **Pasos para alcanzar las metas**

START



¿Cómo desarrollamos la planeación?



- **Aprendiendo lo del Pasado: Lo que hemos sido**
- **Actuando sobre el Presente: Lo que somos**
- **Modelando el futuro: Lo que queremos ser**

Qué es Planeación Estratégica?

- **Es una herramienta de gestión utilizada por las empresas con el fin de determinar las acciones para llegar a un propósito definido. Se soporta sobre metodologías que permiten encontrar la esencia de la empresa, su competitividad y proyección.**



¿Cómo empezamos?

La planeación es un proceso que empieza con objetivos, define estrategias, políticas y planes detallados para alcanzarlos; establece una organización para llevar a la práctica las decisiones, e incluye una revisión del rendimiento y retroalimentación para introducir un nuevo ciclo.

George A Steiner



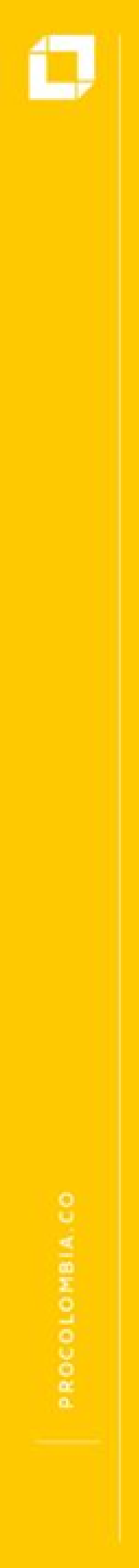
¿Cómo empezamos?

- **Definiendo :**
- **Misión**
- **Visión**
- **Valores**

Misión

- La razón de ser de la empresa
- La misión esta definida alrededor de las necesidades que se espera satisfacer en los clientes





Misión

"Organizar la información del mundo y lograr que sea universalmente accesible"

Visión

- **El sueño futuro de organización**
- **El desarrollo que se percibe tendrá en el futuro una organización o un tipo de negocio**
- **Imaginable**
- **Deseable**
- **Factible**
- **Centrada**
- **Flexible**
- **Comunicable**
- **Emocionante**

Visión



“Convertirnos en la aerolínea preferida de los pasajeros, en donde vuelen 2/3 de la región, convirtiéndola en una de las 3 aerolíneas más grandes en el mundo.”



“Ser la marca de café Premium colombiano preferida globalmente por su calidad y generación de bienestar a su entorno.”

Valores



- **Ideales**
- **Reales**
- **Formas de comportamiento individual u organizacional**
- **Creencias compartidas que llevan a la acción y al mantenimiento de una forma de vida**
- **“Creencias, características y normas conductuales que deben guiar el cumplimiento de la misión y la visión”**

Thompson Et 2014



Modelos de Planeación Estratégica

- **Balance Score Card** : Cuadro de mando integral, 4 ejes: finanzas, clientes, procesos internos, formación y crecimiento
- **Mapa Estratégico**: Herramienta visual, comunicar la planeación estratégica
- **Análisis DOFA**: debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas
- **Análisis PEST**: político, económico Social y tecnológicos



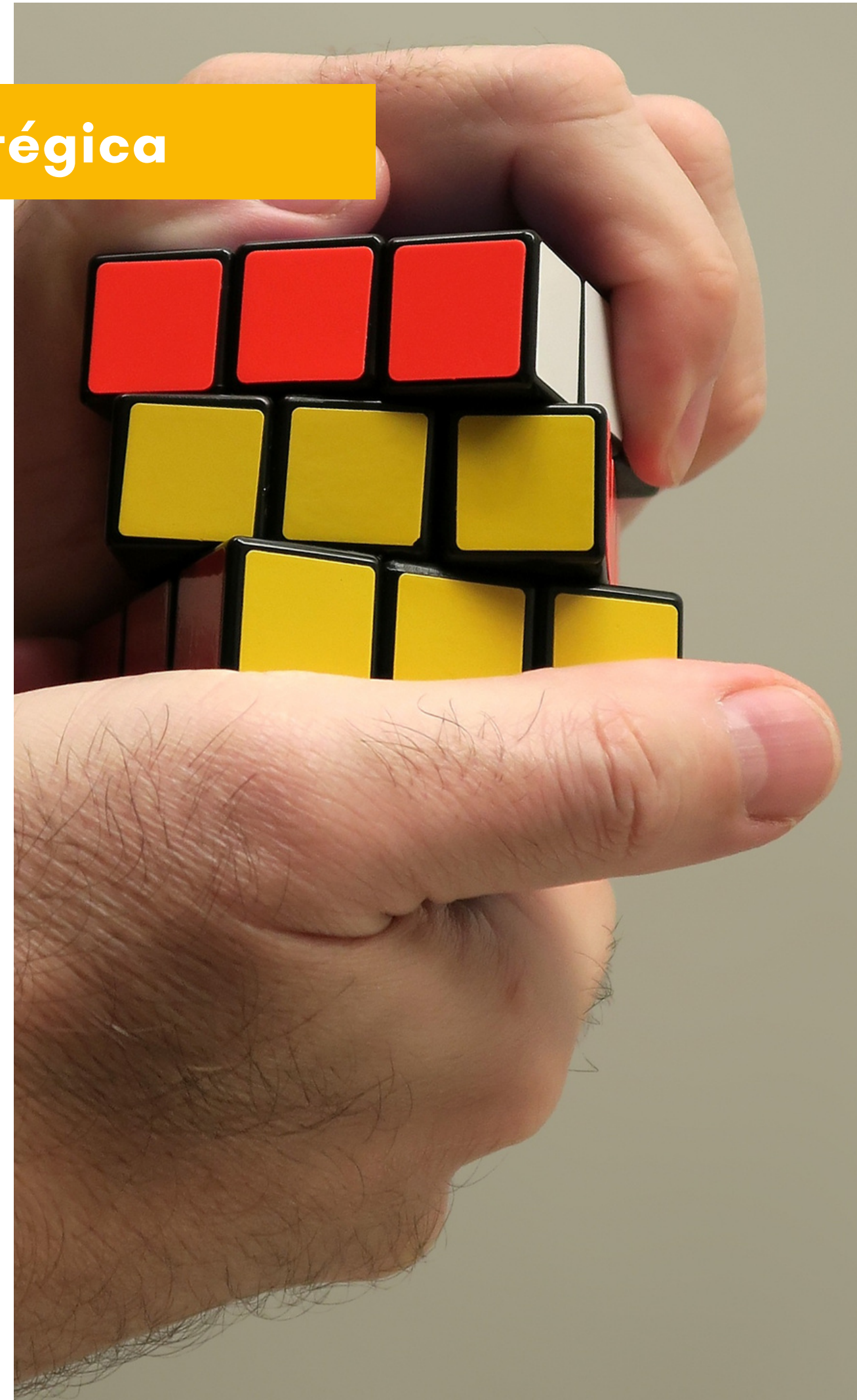
Modelos de Planeación Estratégica

- **Estrategia de Océano azul: Mercado no disputado**
- **Las 5 fuerzas de Porter:**
- Poder de negociación de los compradores o clientes **(F1)**
- Poder de negociación de los proveedores o vendedores **(F2)**
- Amenaza de nuevos competidores entrantes **(F3)**
- Amenaza de productos sustitutos **(F4)**
- Rivalidad entre competidores **(F5)**



Modelos de Planeación Estratégica

- **Análisis PEMSTEL:** político, económico, mercado, social, tecnológico, ambiental y legal
- **Análisis EFE- POAM:** perfil de oportunidades y amenazas del medio
- **Matriz EFI- PCI:** grupos de variables determinantes en la estructura interna de la empresa
- **Order Winners / Order Qualifiers:** Criterios para analizar la competitividad de la empresa



Estrategia de Océano Azul

Estrategia de Océano Rojo

Competir en mercados ya existentes

Vencer a la competencia

Explotar la demanda ya existente

Escoger entre costo y diferenciación

Estrategia de Océano Azul

Crear nuevos espacios de mercado

Volver a la competencia irrelevante

Crear y capturar nueva demanda

Procurar un mejor costo y una mayor diferenciación

Fuente Gabriel Roncancio "Pensemos 2018"



Order Winners / Order Qualifiers

Order Qualifiers : Must Have, los criterios mínimos que debe tener una empresa o negocio para que los clientes lo vean como un posible proveedor, criterios mínimos que deben ser satisfechos, de no estar presentes, hace que la empresa pueda perder las compras de los posibles clientes



Order Winners / Order Qualifiers

Order Winners: Son factores que directa y significativamente ayudan al producto o servicios a ganar espacio del mercado; son las principales razones que hacen que una cliente se decida por el producto o servicio de una empresa en cambio de los perteneciente a otra empresa



Datos de Contacto



LINKEDLN

Blanca Ligia Avendaño L



TWITTER

@BlancaAvendano



EMAIL

blancaligia@hotmail.com



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

TAIKU PALDIES ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ TANAN благодаря
 DANKE xin cảm ơn
 SHUKRAN ขอขอบคุณครับ Salamat Po TERIMA KASIH DÍKY
 GRATIAS 감사합니 MĀTONDO MAAKE NANNI DIAKUIU
 HYALA THANK YOU MERCI MOCHCHAKKERAM DIOLCH
 TANAN YOU SPASIBO дякую FALEMINDERIT

GRACIAS

הדות ASANTE CHOKRANE ESKERRAK MISAOTRA GRAZIE
 谢谢 OBRIGADO ARIGATO VINAKA
 SULPÁY SPASIBO
 DIOLCH ACIU DIOLCH WELALIN TAK KÖSZÖNÖM
 EKELE NGIYABONGA MATUR NUWUN KIITOS DZIEKUJĘ