

PLANTILLA

PLAN
ESTRATÉGICO

En **Sugerendo** somos expertos en la realización de estudios de viabilidad, planes estratégicos para proyectos de Internet y marketing digital.

Si necesitas ayuda con tu plan estratégico, nosotros podemos ayudarte mediante el análisis de tu negocio y la creación de planes estratégicos con las acciones a llevar a cabo para lograr los diferentes objetivos que has propuesto; planificamos el alcance del proyecto a nivel operacional, detallando acciones, plazos, costes y retorno de la inversión.

También podemos facilitarte información sobre el mercado en el que vas a operar, el modo de actuación de los competidores más potentes a los que te vas a enfrentar, etc.

Puedes contactar con nosotros en:

C/ Núñez de Balboa, nº 120 - Madrid

91 008 99 53

info@sugerendo.com

www.sugerendo.com

ÍNDICE

- 1.- INTRODUCCIÓN
- 2.- MISIÓN, VISIÓN, VALORES
- 3.- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL
- 4.- DIAGNÓSTICO
- 5.- PRIORIDADES ESTRATÉGICAS
- 6.- PLAN DE ACCIÓN
- 7.- SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

1.- INTRODUCCIÓN

Poner aquí una pequeña introducción de los principales elementos del plan estratégico.

Sugerendo 

2.- MISIÓN, VISIÓN, VALORES

Misión y visión: ¿Cuál es la razón de ser? ¿Para quién trabajamos? ¿Cuál es la finalidad de la empresa? ¿Dónde vemos a la empresa dentro de 3 años (o los años que marque el plan)?

Sugerendo



Valores: Responden a ¿Cómo actuamos?: Profesionalidad, seriedad, sostenibilidad...
O ¿Cómo sentimos?: honestidad, transparencia...

3.- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN: PEST

Político – legales: Legislación antimonopolio, Leyes de protección del medioambiente y a la salud, Políticas impositivas, Regulación del comercio exterior, Regulación sobre el empleo, Promoción de la actividad empresarial, Estabilidad gubernamental...

Económicos: Ciclo económico, Evolución del PNB, tipos de interés, oferta monetaria, evolución de los precios, tasa de desempleo, ingreso disponible, disponibilidad y distribución de los recursos, nivel de desarrollo...

Socio-culturales: Evolución demográfica, distribución de la renta, movilidad social, cambios en el estilo de vida, actitud consumista, nivel educativo, patrones culturales...

Tecnológicos: Gasto público en investigación, preocupación gubernamental y de industria por la tecnología, grado de obsolescencia, madurez de las tecnologías convencionales, desarrollo de nuevos productos, velocidad de transmisión de la tecnología

3.- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN: PEST

FACTORES POLITICOS Y JURIDICOS				
	IMPACTO	PROBAB.	PROXIM.	VALOR
CAMBIOS DE LOS EQUIPOS DE GOBIERNO EN LAS DIFERENTES INSTITUCIONES				
CAMBIOS DE LA LEGISLACION LABORAL				
CAMBIOS DE LA LEGISLACION DE MEDIO AMBIENTE				
CAMBIOS EN EL RÉGIMEN DE AYUDAS SECTORIALES O DE INCENTIVOS DE LA INVERSION				
CAMBIOS EN LA REGULACIÓN DEL MERCADO				

3.- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN: PEST

FACTORES ECONOMICOS				
	IMPACTO	PROBAB.	PROXIM.	VALOR
EVOLUCION DE LOS TIPOS DE INTERES				
EVOLUCION DE LAS DISPONIBILIDADES DE CREDITO				
EVOLUCION DE LA POLÍTICA DE LOS FONDOS COMUNITARIOS				
COMPETENCIA DE PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO (SUDAMÉRICA)				
LEGISLACION FISCAL Y SOBRE SEGURIDAD SOCIAL				

3.- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN: PEST

FACTORES ECONOMICOS				
	IMPACTO	PROBAB.	PROXIM.	VALOR
EVOLUCION DE LOS TIPOS DE INTERES				
EVOLUCION DE LAS DISPONIBILIDADES DE CREDITO				
EVOLUCION DE LA POLÍTICA DE LOS FONDOS COMUNITARIOS				
COMPETENCIA DE PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO (SUDAMÉRICA)				
LEGISLACION FISCAL Y SOBRE SEGURIDAD SOCIAL				

3.- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN: PEST

FACTORES SOCIALES Y POBLACIONALES				
	IMPACTO	PROBAB.	PROXIM.	VALOR
ENVEJECIMIENTO DE LA POBLACION				
CAMBIOS EN LOS HÁBITOS DE LA POBLACIÓN				
MOVILIDAD GEOGRÁFICA DE LA POBLACIÓN				
PREOCUPACIÓN PUBLICA POR EL CONSUMO				
CAMBIO EN LOS HÁBITOS DE TRABAJO				

3.- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN: PEST

FACTORES TECNOLOGICOS				
	IMPACTO	PROBAB.	PROXIM.	VALOR
PRODUCTOS O SERVICIOS				
CAMBIOS EN SUS PROCEDIMIENTOS DE EJECUCIÓN				
SOBRE LOS PROCESOS DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN				
SOBRE EL EQUIPAMIENTO				
SOBRE LOS USOS Y UTILIZACIONES DE LOS CLIENTES				

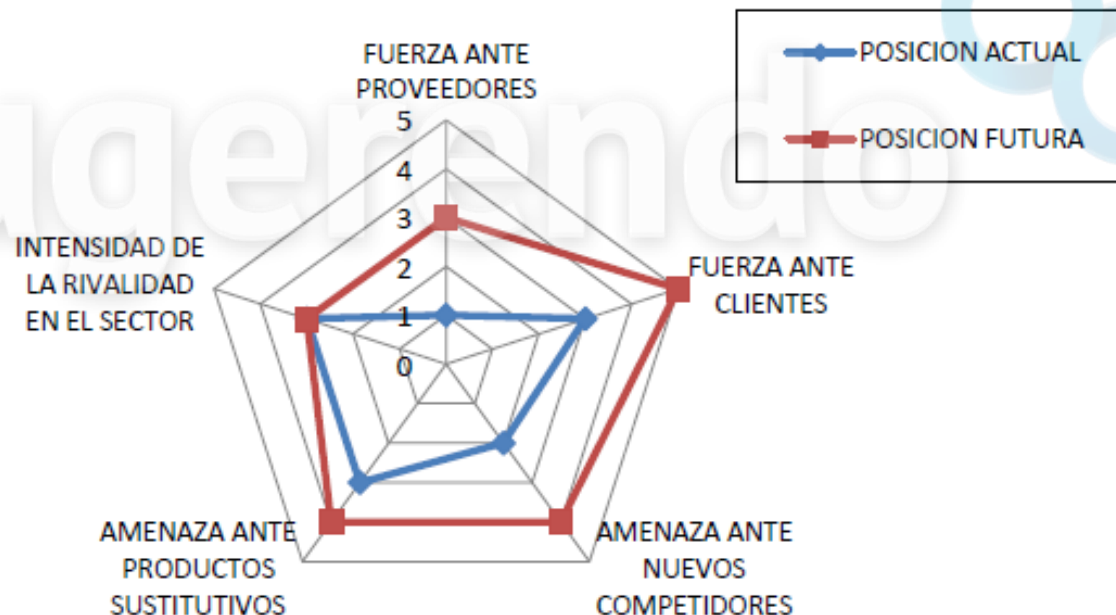
3.- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN: PORTER

Las fuerzas de Porter son: el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de nuevos entrantes, y la amenaza de productos sustitutos, en combinación con otras variables que influyen en una quinta fuerza: el nivel de competencia en una industria.



3.- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN: PORTER

Las fuerzas de Porter son: el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de nuevos entrantes, y la amenaza de productos sustitutos, en combinación con otras variables que influyen en una quinta fuerza: el nivel de competencia en una industria.



4.- DIAGNÓSTICO: DAFO

Es un análisis donde se recogen las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de una empresa tanto en relación con el mercado y su entorno como en la relación de la propia organización.

Este análisis recogerá de modo esquemático y sintetizado los puntos vistos en el análisis interno (D - O) y en el análisis externo (F - A).



4.- DIAGNOSTICO: DAFO

Debilidades

- ¿Qué debemos mejorar?
- ¿Qué debemos evitar?
- ¿Qué factores nos impiden llegar a nuestros objetivos?

Amenazas

- ¿Qué hace la competencia?
- ¿Cuál es el ritmo del mercado?
- ¿Cuáles son los problemas que nos podemos encontrar a la hora de desarrollar nuestros objetivos?

Fortaleza

- ¿Qué es lo que mejor hace nuestra empresa?
- ¿Qué elementos hacen conseguir ventas?
- ¿Qué ofrecemos que no lo hagan otras empresas?

Oportunidades

- ¿Qué circunstancias favorecen el desarrollo de nuestra empresa?
- ¿Cuáles son las tendencias del mercado?

5.- PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

- *Perspectiva financiera:*

- *Perspectiva del cliente:*

- *Perspectiva de procesos Internos:*

- *Perspectiva del aprendizaje y crecimiento:*

6.- PLANES DE ACTUACIÓN

- **LÍNEA ESTRATÉGICA**

- Plan de acción

- Acción 1
- Acción 2
- ...
- Acción N

Sugerendo



6.- PLANES DE ACTUACIÓN

El documento de plan de acción, ha de tener, al menos, el siguiente nivel de detalle:

Línea estratégica de la cual forma parte

Un enunciado o frase que identifique el plan dentro del marco de la empresa

Fecha de actuación: fecha de inicio del plan y de finalización de cada una de las acciones contenidas en él.

Objetivo que se pretende conseguir con el plan (ha de ser concreto) Responsable o persona encargada de la ejecución y cumplimiento del plan.

Equipo implicado: personas y cargos que se ven implicados en la ejecución del plan

Acciones a desarrollar: detalle de los pasos a seguir para alcanzar el objetivo marcado. Cada acción ha de tener un responsable concreto, una cuantificación orientativa del coste que supondrán y, tal y como se comentó, una fecha de finalización, en esencia, un alcance definido que nos ayudará a calcular las desviaciones una vez realizada la acción.

7.- SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Sugerendo 