

Que Tan Efectivo Es Nuestro Proceso... (Continuación)

Formulario with numbered sections (13-19) and a 'Comentarios' section at the bottom.

CONCLUSION

Esto nos ha llevado a la conclusión de Planeación Estratégica Aplicada. Una organización que está por completar el proceso de planeación del modelo de Planeación Estratégica Aplicada desarrollará un plan que se asemeja al siguiente producto.

Hoja de cubierta

Nombre de la organización y fecha del plan

Valores, Comportamientos, Filosofía

De una a tres páginas puntualizando las creencias básicas y normas de comportamiento y el credo de la organización

Declaración de la visión

Declaración de una página que incluye el futuro deseado de la organización

Panorama del Plan

Panorama del plan en una o dos páginas que inicia con la misión de la organización, seguida de las áreas de énfasis y acompañándolos los enunciados de las metas.

Planes de acción

Una lista de las actividades específicas, tareas, responsabilidades, tiempos, recursos para cada meta bajo cada área de énfasis, empezando con la primer meta de la primera.

implementación del plan la ruta crítica de la organización seguirá la implementación, monitorea y evalúa el plan estratégico.

apéndices inventario 1) los resultados del ejercicio de tomar el
ii) los planes de contingencia.

Este plan deberá de proveer de una sólida dirección, para guiar a la organización al futuro. El plan combinado con un liderazgo comprometido, sentido común, apoyo organizacional y flexibilidad para encontrar los cambios constantes del ambiente, deberán asegurar que la organización alcance su futuro deseado.

Habiendo completado el ejercicio de planeación, es tiempo de celebrar los éxitos, antes de movernos al segundo año del plan. Muy a menudo, no hay noticias de los logros debido a que hay actividades urgentes esperando a consumir todo el tiempo disponible. Toma un momento. Date una palmada y a tus colegas también. Reconoce aquellos que lo merecen con su contribución. Disfruta de sus logros y entonces, continúa al siguiente año del plan y nuevos retos. El segundo año del plan, deberá tener nuevas actividades y algunos cambios en las viejas actividades como resultado de la evaluación. Los planes de trabajo para el nuevo año deberán de ser desarrollados, manteniendo la experiencia del pasado en mente.

Nuevos retos pueden refrescar a la gente que este cansada de lo mismo siempre. Este es el momento de inyectar nueva energía y entusiasmo a la organización.

La meta es trabajar hacia que la planeación sea una función continua de la organización. El plan, sus actividades y prioridades, deberán llevar las decisiones de la organización. La distribución de los recursos humanos y presupuestales, deberán estar hechos basados en las prioridades del plan, las agendas de las reuniones, comités y tareas, deberán estar dirigidos por las prioridades del plan.

No se desmotiven si esto no ocurre de un día a otro; toma tiempo cambiar la mentalidad de la gente, para ayudarlos a comprender los beneficios de la ruta del plan, manténganse trabajando en ello y su organización podrá determinar su propio futuro

Planeación Estratégica -- Sumario

El siguiente sumario sobre planeación estratégica, es para usarse como una herramienta educacional para la organización, para llevar a cabo la planeación estratégica. Este panorama podrá ser usado como un folletín para su distribución sobre todo para aquellos que requieren de una comprensión del proceso de la planeación estratégica aplicada.

GLOSARIO DE TERMINOS

Plan de acción

Una lista concreta de las actividades, tareas, responsabilidades, tiempos y recursos necesarios para cerrar el hueco entre el presente y el futuro.

Planeación Aplicada

Estratégica

Un recurso que provee de una simple, conciso modelo para apoyar a las organizaciones como un plan estratégico, un modelo genérico que puede ser cambiado o adaptado de acuerdo a las necesidades de la organización.

Areas de Enfasis

Categorías mayores o áreas de planear determinados por el análisis de fallas o huecos.

Carta de Responsabilidades

Una herramienta para determinar el involucramiento de los individuos o grupos en el proceso de planeación; también una herramienta útil de comunicación para permitir que otros conozcan como está progresando el plan.

Resolución de conflictos

Los pasos necesarios para resolver conflictos incluyendo la definición de problemas, búsqueda de soluciones, decisión de soluciones e implementación de las soluciones.

Planes de contingencia

Planes que prepara la organización para tomar acciones específicas cuando un evento no planeado o determinada condición aparece.

Masa Crítica

Individuos o grupos claves en una organización que sin su apoyo y participación, el proceso de planeación no tendría éxito

Ruta Crítica

Una herramienta para definir los pasos necesarios o actividades en orden secuencial, identificando los tiempos y las personas o grupos responsables de cada paso.

Cultura

Un patrón de valores, creencias y expectativas compartidos por los miembros de la organización que incluye un sistema de reglas informales que dictan e comportamiento de la gente en la mayoría del tiempo

Conocimiento del Ambiente

Una revisión del ambiente externo de la organización incluyendo un análisis de los puntos de apoyo o empresas filiales y sus necesidades y las tendencias del ambiente

Evaluación

Una función continua para conocer la efectividad del plan y del proceso de planeación. Los resultados son usados para mejorar el sistema, proceso o plan y de hacerlos mejor en el futuro.

Análisis de Campos de Fuerza

Una herramienta usada en una variedad de situaciones para analizar los factores de apoyo y restricción. Nos provee de un conocimiento realista de las oportunidades de éxito

- Análisis de huecos** Una comparación entre el futuro deseado por una organización y el estado presente para determinar las áreas en donde la planeación es requerida y para identificar necesidades que pueden agruparse en categorías mayores para la planeación
- Metas** Declaraciones amplias, claramente definidas de intenciones, describiendo las cosas que quieren ser realizadas para alcanzar el futuro deseado
- Implementación** La transición entre el estado presente y el futuro deseado, incluyendo el trabajo de planeación, distribución de recursos y acción
- Problemas o Asuntos** Materias que necesitan ser resueltas para que la organización pueda progresar hacia su visión
- Resolución de Problemas** Los pasos requeridos para resolver un problema, incluyendo la definición del problema, búsqueda de soluciones, decisión de la solución final e implementación de la solución
- misión** Los negocios de la organización, su propósito o razón de estar
- Declaración de la Misión** Una declaración breve y clara describiendo el negocio de la organización que incluye el que, para quien y el cómo.
- Normas de Comportamiento**Cuál es un comportamiento aceptable y cual no en la organización, permite que las personas conozcan que se espera

- Objetivos** de ellos.
Los enunciados específicos de cuya actuación hacia las metas puede ser medido; los resultados finales deseados para la organización expresados en términos de medición, colocando el qué y cuando
- Organización** La entidad que lleva a cabo la planeación p.ej.: agencias, departamentos, compañías, comunidades, etc..
- Conocimiento Organizacional** Una revisión del ambiente interno de la organización en la que se incluye la historia de la organización, políticas y procedimientos actuales, recursos humanos y financieros además de fuerzas y debilidades de la organización.
- Filosofía** Un "credo" o declaración de los principios y creencias fundamentales de la organización que incluye los valores, comportamientos y prioridades filosóficas; una declaración dirigida de los valores de las aspiraciones de la organización, diseñada para inspirar
- Construcción del Escenario** Una técnica para ayudar a las organizaciones para ver más allá de su estado mental presente y de examinar un número de alternativas plausibles para el futuro.
- Puntos de Apoyo** Aquellos partidos que tienen algún interés o se ven afectados por la organización (empleados, clientes, consumidores, patrocinadores etc)