



EJECUCIÓN ESTRATÉGICA INTEGRAL - EEI

Todo en una sola Metodología: **EEI**

Y todo en un solo software: **PE-POA-BSC**

www.tablerodecomando.com

Esta sinergia permite: **reducir tiempos, recursos y costos.**

Y ayuda a lograr **foco total** para mejorar la efectividad en el logro de las metas.

Integrar EEI y PE-POA-BSC permiten:

- La Ejecución de la Visión
- La Sincronización de los Procesos con la Estrategia
- El Balanced Scorecard - Cuadro de Mando Integral
- La Alineación o Cascadeo
- El POA (Plan Operativo Anual)
- Los Proyectos
- Los Planes de Acción
- El Presupuesto
- La Evaluación de Resultados
- Los Informes
- Los Gráficos
- Ideas de Mejora Continua

Todo integrado
EEI + PE-POA-BSC

www.tablerodecomando.com

Todo vinculado al
PRESUPUESTO

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA AVANZADA – PLANESA SAC

La metodología EEI (Ejecución Estratégica Integral) y el software PE-POA-BSC conforman un **Sistema Integral para la Ejecución del Plan Estratégico.**

Está formado por un conjunto integrado de subsistemas cuya finalidad es coordinar el proceso de ejecución de una forma sencilla, aprovechando la sinergia del sistema.

El sistema facilita: **reducir tiempos, recursos y costos.**

Y ayuda a lograr **foco total** para mejorar la efectividad en el logro de las metas.

La Visión:

como evitar que sea letra muerta

La única forma de evitar que una Visión bien redactada y muy bien construida no sea letra muerta,

es lograr que la misma sea ejecutada.

Y para ejecutarla tendrás que identificar sus **ADN** (elementos vitales), convertirlos en **Objetivos** y asignarles **Indicadores** para estar informado del **avance mensual de la Visión.**

La Visión:

como evitar que sea letra muerta

Objetivo Estrategico de la Vision	Indicador
Aumentar satisfaccion de Empleadores con Egresados de la Universidad	Nivel de Satisfaccion de Empleadores en relacion a egresados titulados en la Universidad
Proyectar a la Universidad a nivel Regional	Grado de Percepcion de la Imagen de la Universidad en la Region
Incrementar el impacto de la Vinculacion de la Universidad con la comunidad	% de difusion de las actividades de extension, academicas y artisticas de la Universidad



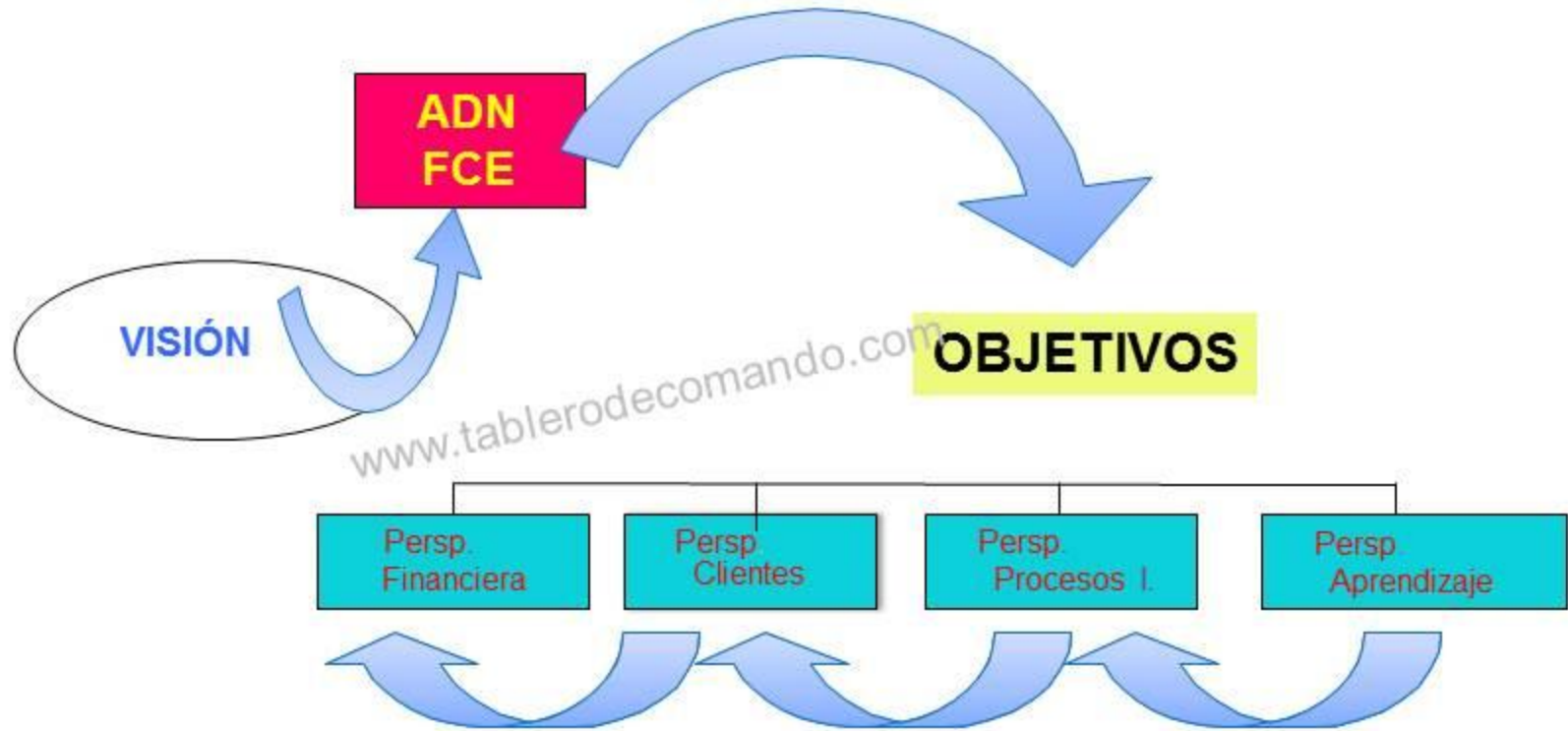
LA VISIÓN Y LA MISIÓN

SE CONVIERTEN EN ACCIÓN

www.tablerodecomando.com

A TRAVÉS DE SUS ADN Y FCE

Metodología para trasladar el Plan Estratégico a la acción



Causas Efectos

MATRIZ TABLERO

HAREMOS AHORA UN EJERCICIO

Visión de una Empresa de Éxito

Seremos en el 2015 una empresa reconocida por nuestro liderazgo y competitividad empresarial, con tecnología de vanguardia y un recurso humano de excelencia, con orgullo de pertenencia, motivado y calificado, que proporcione servicios y productos con la mayor calidad en su especialidad.

Visión

ADN

(componente vital)

www.fabrorodacomando.com

HAREMOS AHORA UN EJERCICIO

Visión de una Empresa de Éxito

Seremos en el 2015 una empresa reconocida por nuestro liderazgo y competitividad empresarial, con tecnología de vanguardia y un recurso humano de excelencia, con orgullo de pertenencia, motivado y calificado, que proporcione servicios y productos con la mayor calidad en su especialidad.

Visión
Misión
Objetivos
del Mes
del Trimestre
del Año
etc.

ADN
(componente vital)

FCE
(Qué tenemos que hacer
o qué tenemos que tener
para hacer realidad el ADN)

OBJETIVOS
(Cómo lograremos
el FCE)

CASO REAL

www.tablerodecomando.com

www.ips.gov.py

INSTITUTO DE PREVISIÓN SOCIAL

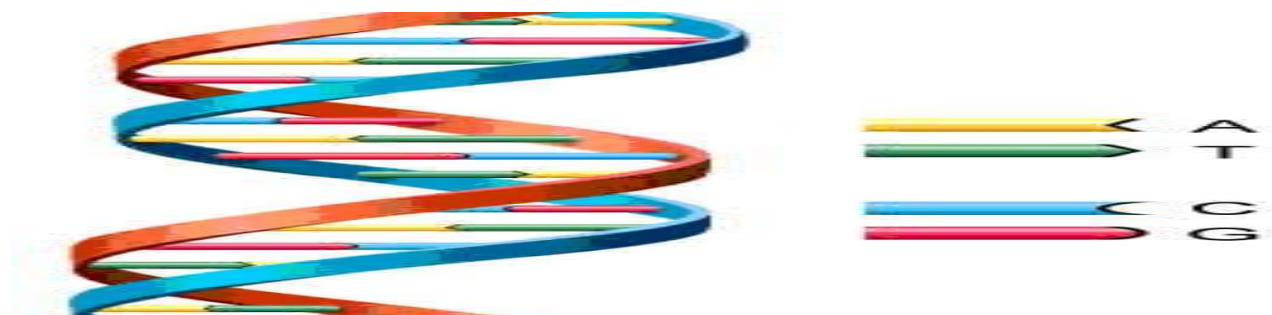


VISIÓN

“Ser la institución líder en seguridad social, reconocida por su transparencia, calidad y eficiencia, cuya cobertura crece planificadamente”.



VISIÓN	ADN
<p>"Ser la institución líder en seguridad social, reconocida por su transparencia, calidad y eficiencia, cuya cobertura crece planificadamente"</p>	<p>Líder en Seguridad Social</p>
	<p>Transparencia</p>
	<p>Calidad</p>
	<p>Eficiencia</p>



VISIÓN	ADN	FCE
<p>"Ser la institución líder en seguridad social, reconocida por su transparencia, calidad y eficiencia, cuya cobertura crece planificadamente"</p>	Líder en Seguridad Social	Servicios de Excelencia en Salud y Jubilación
	Transparencia	Tecnología de Punta
		Control Interno
		Compromiso
	Calidad	Reglas Uniformes
		Certificación Nacional
	Eficiencia	Certificación ISO
		Profesionalización
		Seguridad



VISIÓN	ADN	FCE	OBJETIVOS
<p>"Ser la institución líder en seguridad social, reconocida por su transparencia, calidad y eficiencia, cuya cobertura crece planificadamente"</p>	<p>Líder en Seguridad Social</p>	<p>Servicios de Excelencia en Salud y Jubilación</p>	Fortalecer prestaciones jubilatorias
			Aumentar la población asignada como régimen obligatorio
			Priorizar la promoción de la salud y la prevención de las enfermedades
	Tecnología de Punta	Prestar excelentes servicios de salud	
	<p>Transparencia</p>	<p>Control Interno</p>	Mejorar la Tecnología Biomédica
			Implementar el MECIP
		<p>Compromiso</p>	Promover la comunicación interna y externa
	<p>Reglas Uniformes</p>	Motivar al Talento Humano	
	<p>Calidad</p>	<p>Certificación Nacional</p>	Lograr un régimen legal adecuado
			Habilitar hospitales
		<p>Certificación ISO</p>	Habilitar servicios de apoyo
	<p>Profesionalización</p>	Certificación ISO 9000	
		Mejorar la Capacidad Resolutiva de toda la Red Asistencial	
<p>Eficiencia</p>	<p>Seguridad</p>	Capacitar al 100% al Talento Humano	
	<p>Implementar la Gestión de Riesgos</p>		



VISION	ADN	FCE	OBJETIVOS	PERSPECTIVA	
SER LA INSTITUCION LIDER EN SEGURIDAD SOCIAL, RECONOCIDA POR SU TRANSPARENCIA, CALIDAD Y EFICIENCIA, CUYA COBERTURA CRECE PLANIFICADAMENTE	LIDER EN SEGURIDAD SOCIAL	SERVICIOS DE EXCELENCIA EN SALUD Y JUBILACION	FORTALECER PRESTACIONES JUBILATORIAS	ASEGURADOS	
			AUMENTAR AL POBLACION ASIGNADA COMO REGIMEN OBLIGATORIO	VALOR SOCIAL	
			PRIORIZAR LA PROMOCION DE LA SALUD Y LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES	PROCESOS	
			PRESTAR EXCELENTES SERVICIOS DE SALUD	ASEGURADOS	
	TRANSPARENCIA	TECNOLOGIA DE PUNTA	MEJORAR LA TECNOLOGIA BIOMEDICA	PROCESO	
			CONTROL INTERNO	IMPLEMENTAR EL MECIP	PROCESOS
				PROMOVER LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTE	PROCESOS
			COMPROMISO	MOTIVAR AL TALENTO HUMANO	TALENTO Y RECURSOS
	CALIDAD	REGLAS UNIFORMES	LOGRAR UN REGIMEN LEGAL ADECUADO	PROCESOS	
			CERTIFICACION NACIONAL	HABILITAR HOSPITALES	PROCESO
				HABILITAR SERVICIOS DE APOYO	PROCESO
			CERTIFICACION ISO	CERTIFICACION ISO 9000	PROCESO
		PROFESIONALIZACION	MEJORAR LA CAPACIDAD RESOLUTIVA DE TODA LA RED ASISTENCIAL	PROCESO	
CAPACITAR AL 100% DEL TALENTO HUMANO			TALENTO Y RECURSOS		
		IMPLEMENTAR LA GESTION DE RIESGOS	PROCESO		

CASO REAL



www.tablerodecomando.com

fomanort

FONDO DE EMPLEADOS DEL ESTADO
Y EDUCADORES PRIVADOS

VISION	ADN	FCE	OBJETIVOS	PERSPECTIVA
"FOMANORT" Se posicionará como empresa líder del sector solidario a nivel nacional con eficiencia y calidad.	1. POSICIONARSE COMO EMPRESA LIDER DEL SECTOR SOLIDARIO A NIVEL NACIONAL	Certificación ISO (Implementar SGC)	Implementar el sistema de gestión de Calidad	PROCESOS
		Aumentar Asociados	Aumentar la base social	CLIENTES
		Disminuir Retiros Asociados	Disminuir el retiro de asociados	
		Fortalecer Economicamente al fondo	Fortalecer económicamente el fondo,	FINANCIERA
	2. EFICIENCIA	Tiempo de Desembolsos de creditos	Reducir el tiempo de Desembolso	PROCESOS
		Recuperación de Cartera	Reducir el monto de la cartera morosa	
	3. CALIDAD	Servicios Conformes	Incrementar el número de servicios conformes	CLIENTES
		Satisfacción del cliente	Aumentar la Satisfacción del cliente	
			Atender oportunamente PQRS formuladas por el cliente y partes interesadas.	

MAPA ESTRATÉGICO BSC

Visión y Misión

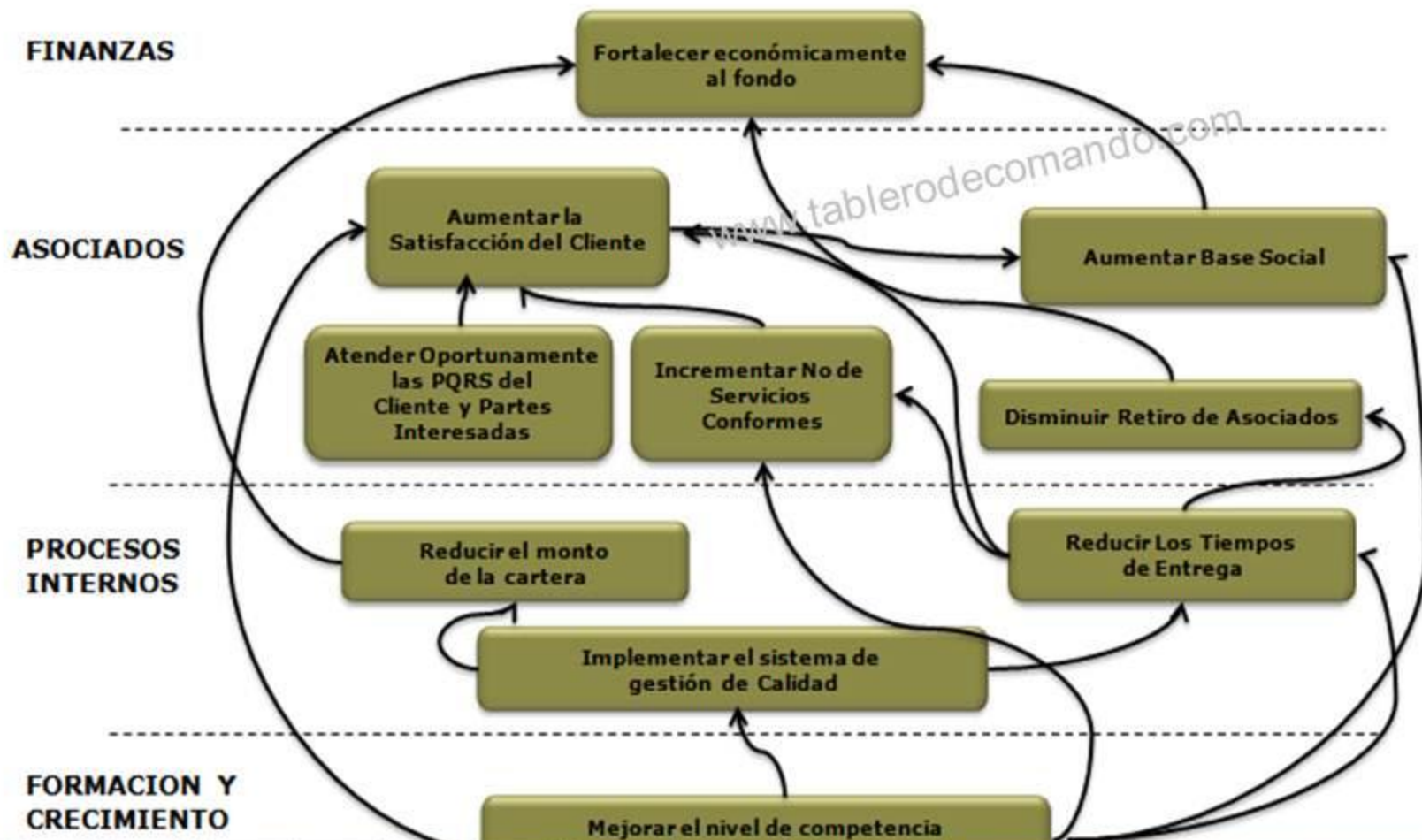
"FOMANORT" Se posicionará como empresa líder del sector solidario a nivel nacional con eficiencia y calidad.

FOMANORT ofrece servicios de ahorro y crédito a los Asociados para contribuir al mejoramiento de su calidad de vida, mediante el apoyo de un excelente equipo humano y tecnológico.

TEMAS ESTRATEGICOS

CALIDAD

POSICIONAMIENTO



Copiar

ADN

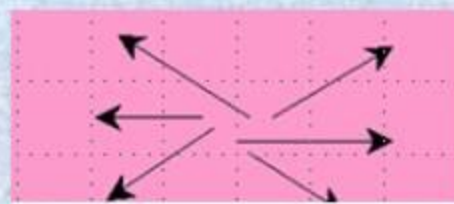
FCE

OBJETIVOS

PERSPECTIVA

www.tablerodeceramicas.com

Sincronización de Procesos con Estrategia



SINCRONIZACIÓN

Es horizontal



El Segundo Nivel (Directores o Gerentes) se sincroniza con el Primer Nivel (Dirección General) aportando objetivos de contribución para el logro del Plan y del Mapa Estratégico.

**LA ESTRATEGIA ES TAREA
DE TODOS, TODOS LOS DÍAS**

ALINEAMIENTO

Es vertical



El Segundo Nivel despliega delegando al nivel siguiente (Sub Gerentes, Responsables de áreas) el logro de los objetivos operativos (POA) de su Dirección o Gerencia.

Sincronización Estratégica

*Hay Sincronización Estratégica cuando **todas** las personas de **todos** los niveles **todos** los días trabajan, actúan y toman decisiones en función de los **objetivos** del Plan Estratégico.*

www.fablerodecomando.com



Sincronización

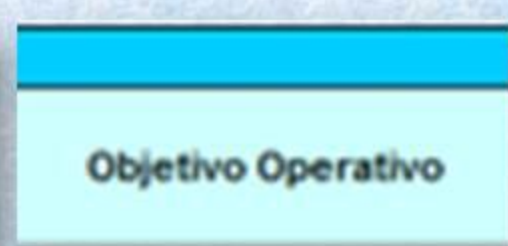
1er. Nivel



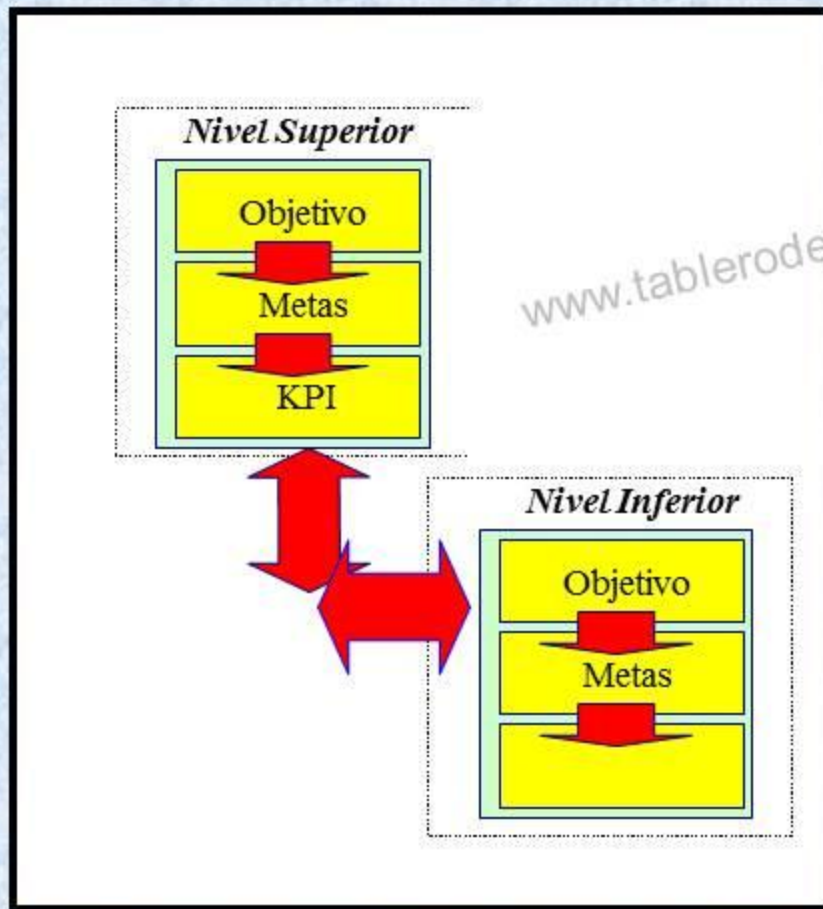
2do. Nivel



3er. Nivel



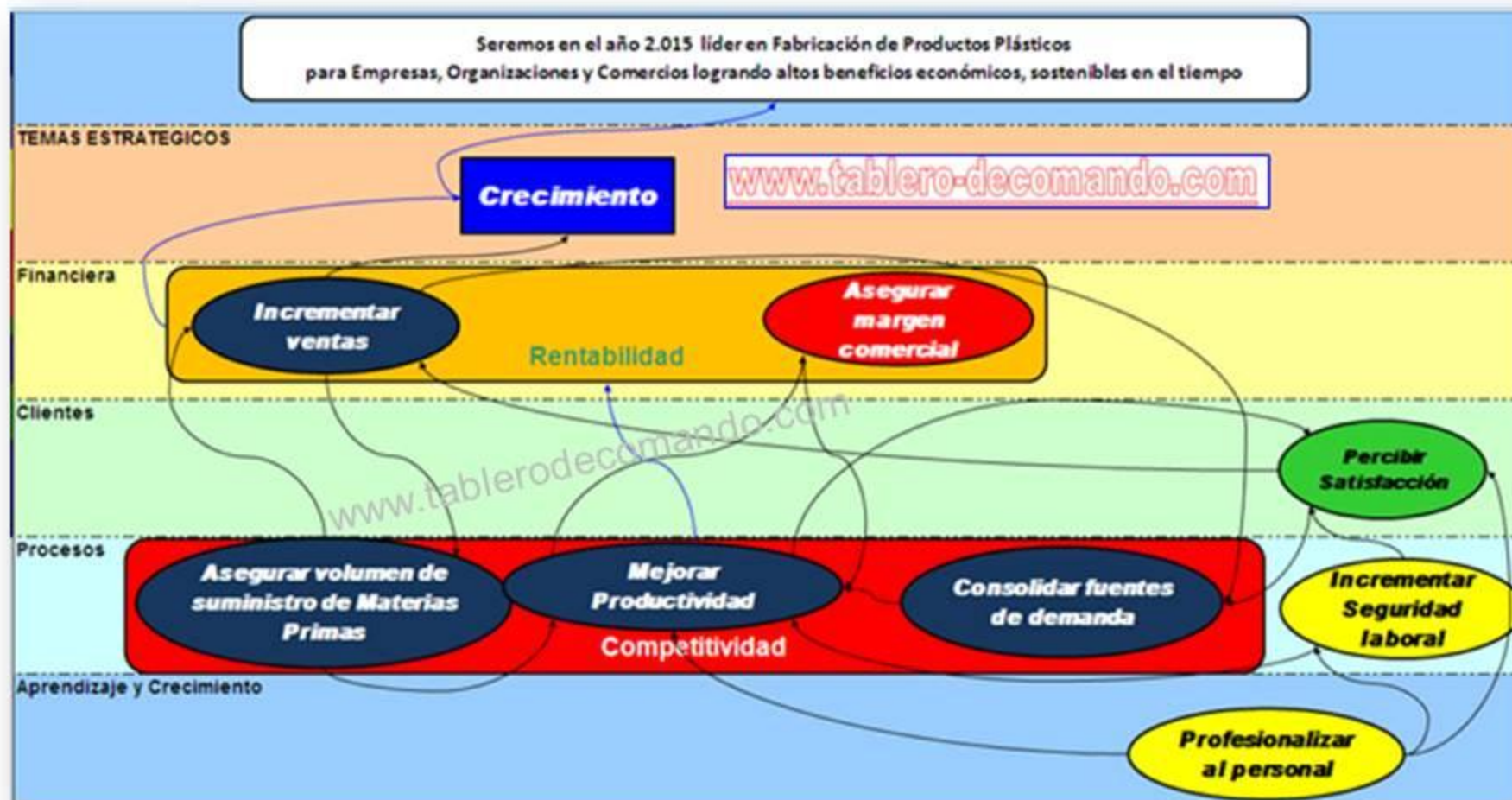
Alineación - POA



Gerencia Responsable	Objetivo Operativo	Proyecto
Gerencia de Ventas	Aumentar las Ventas Mayoristas	
Gerencia de Mercadeo y Publicidad	Reducir Gastos en Publicidad	
Gerencia de Mercadeo y Publicidad		Proyecto incorporar CRM

Responsable	Fecha Inicio	Fecha Fin	Dias
Ing. Jose Perez Benitez	06/09/2013	20/09/2013	14
Lic. Maria Ruiz Carlotto	02/09/2013	20/11/2013	79
Lic. Maria Ruiz Carlotto	04/09/2013	09/09/2013	5

Las 3 herramientas del BSC



1) El Mapa Estratégico (qué hacer)

Las 3 herramientas del BSC

Objetivo Estratégico:	
Indicador:	
Inductor :	
Iniciativa:	

www.tablerodecomando.com

PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR	INDUCTOR	INICIATIVA
01: Financiera	Reducir Costos	% de reducción de costos	Estandarizar costos	Plan de reducción de costos
01: Financiera	Obtener Crédito	Monto Obtenido	Gestión de financiamiento	Plan de financiamiento
01: Financiera	Fijar Precios Competitivos	Diferencia entre precios de Venta de la empresa y precio de venta promedio de la competencia	Benchmarking	Plan de Benchmarking
01: Financiera	Incremento de ventas	Ingresos	Estrategia de ventas	Plan estratégico de ventas
01: Financiera	Formular Estrategia de Inversión	Corrida financiera	Corrida financiera	Plan de inversión
01: Financiera	Incrementar Rentabilidad	Rentabilidad	Reducción de costos e incremento de ventas	Plan de reducción de costos y plan de ventas
02: Clientes	Percibir Satisfacción	Nivel de satisfacción del cliente	Encuesta de satisfacción	Evaluación de satisfacción del cliente
03: Procesos	Mejorar calidad	% de rechazos	Estandarizar procesos	Plan de estandarización de procesos
03: Procesos	Controlar	Controles definidos	Estandarizar proceso	Plan de estandarización de procesos
03: Procesos	Utilizar Sistemas de Información	Uso de sistemas de información	Sistema de información	Programa de análisis y captura de información
03: Procesos	Obtener Nuevos Moldes	Moldes comprados	Solicitud de crédito	Plan de inversión
03: Procesos	Nuevos Productos	Nuevos Productos elaborados	Adquisición de moldes	Plan de desarrollo de nuevos productos
04: Aprendizaje y Crecimiento	Capacitar	Número de personas capacitadas	Cursos de capacitación	Plan de capacitación
04: Aprendizaje y Crecimiento	Mejorar Ambiente Laboral	Clima Organizacional	Análisis de clima organizacional	Plan de evaluación de clima organizacional

2) La Matriz Tablero de Comando (cómo hacer)

Las 3 herramientas del BSC

Perspectiva	Objetivo Estrategico	Indicador	Indicador			Resultado Actual
			Indice de Satisfaccion Cliente			
			Semaforos			
			Peligro	Precaucion	Meta	
01: Financiera	Aumentar ingresos por ventas	% aumento ingresos	7,00	6.5	8	6,4
01: Financiera	Reducir costos	% Reduccion de costos				
01: Financiera	Mejorar Rentabilidad	ROI	0,60	0,80	1	0,4
02: Clientes	Percibir Satisfacción	Indice de Satisfaccion Cliente	2,00	5,00	8	3
02: Clientes	Observar precios justos	% clientes observan precios justos				
03: Procesos	implementar iso	% avance de implementacion				
04: Aprendizaje y Crecimiento	Capacitar al personal en ISO	Cantidad de personal que conoce y aplica ISO				

3) El software (cuánto hicimos)
Gerenciamiento Visual

Balanced Scorecard



PE			
Tema Estratégico	Objetivo Estratégico	Perspectiva	Objetivo Estratégico de la Visión
Responsabilidad Social Universitaria		Comunidad	Proyectar a la Universidad a nivel Regional
Responsabilidad Social Universitaria		Comunidad	Incrementar el impacto de la Vinculación de la Universidad con la comunidad
Crecimiento	Mejorar Satisfacción de Estudiantes en su desarrollo Integral	Alumnos	
Productividad	Lograr la Acreditación de Carreras	Procesos	
Productividad	Mejorar el análisis Estratégico en la Gestión Institucional	Procesos	

Balanced Scorecard

El software asigna el color **automáticamente** al resultado de cada periodo de acuerdo a la parametrización de cada meta.

PE							
Tema Estratégico	Objetivo Estratégico	Perspectiva	Objetivo Estratégico de la Visión	Indicador	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3
Productividad..	Aumentar el Trabajo en Equipo	Aprendizaje, Innovacion y Tecnologia		% de acuerdos celebrados en reuniones de trabajo en equipo	21	3	18
Productividad..	Lograr un sistema Integrado de Información	Aprendizaje, Innovacion y Tecnologia		% de avance en la implementacion de una base de datos	9	15	7
Responsabilidad Social Universitaria		Aprendizaje, Innovacion y Tecnologia	Aumentar Satisfaccion de Empleadores con Egresados de la Universidad	% de Satisfaccion de empleadores en relacion a graduados contratados	78	86	91
Responsabilidad Social Universitaria		Aprendizaje, Innovacion y Tecnologia	Aumentar Satisfaccion de Empleadores con Egresados de la Universidad	Cantidad de Egresados contratados por el mismo empleador	1	3	2

Mapa Estratégico

Mapa Estratégico

Misión y Visión

La Universidad Latinoamericana Plus es una institución autónoma del Estado, con tradición en el área de la Educación y que desarrolla también las Ciencias, Humanidades, Tecnologías y Artes.etc.

La Universidad Latinoamericana Plus quiere ser reconocida por su decidida contribución al desarrollo de la Región de , por su rol social y por la calidad de sus actividades docentes, de investigación, de creación artística y de vinculación con el medio

Temas Estratégicos

Responsabilidad Social Universitaria

Crecimiento

Productividad

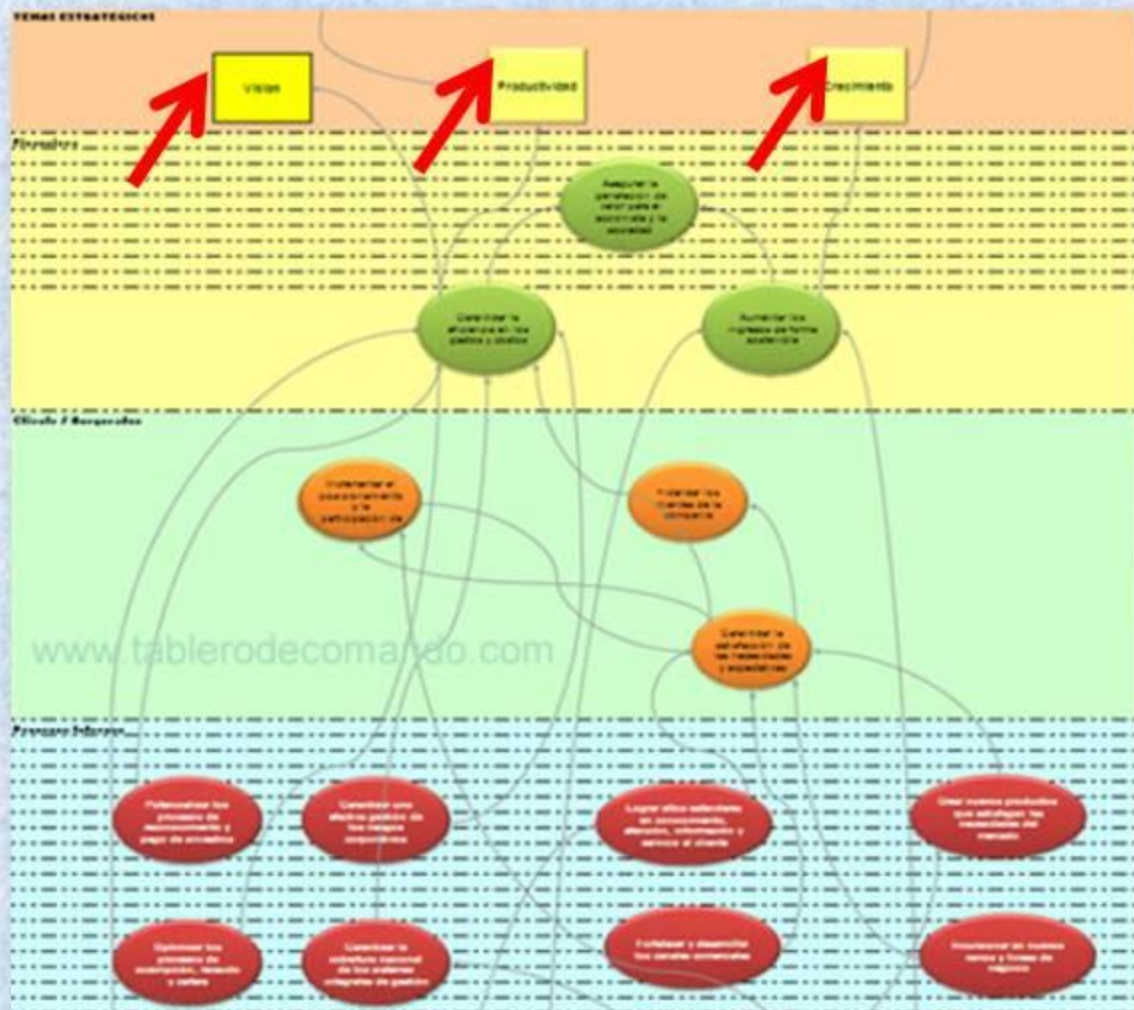
Comunidad

Aumentar satisfacción de Empleadores con Egresados de la Universidad

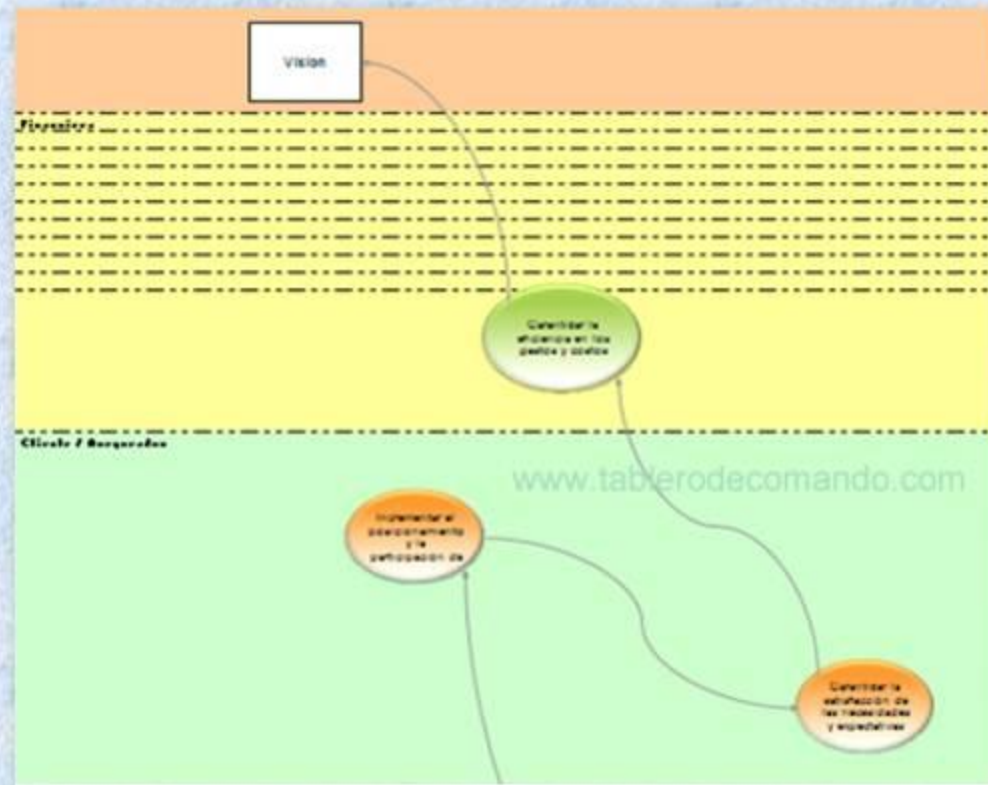
Proyectar a la Universidad a nivel Regional

Incrementar el impacto de la Vinculación de la Universidad con la comunidad

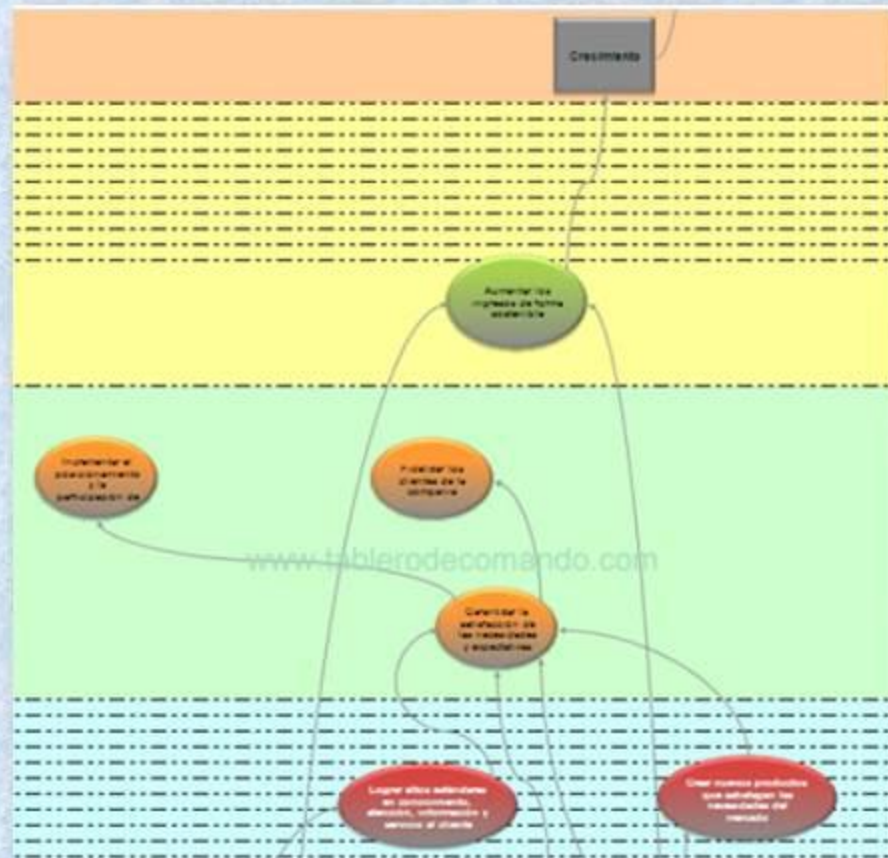
Mapa Estratégico desdoblado por temas



Desdoblas el Mapa Estratégico o pierdes FOCO estratégico



Desdoblas el Mapa Estratégico o pierdes FOCO estratégico



Hay organizaciones que tienen
Mapa Estratégico y Balanced Scorecard
PERO NO SABEN
cómo desdoblarlo en Temas Estratégicos
(Crecimiento – Productividad – Visión)

www.tablerodecomando.com

De ese modo, se pierden la oportunidad
de analizar su ejecución bajo el modelo del
FOCO EN LA ESTRATEGIA

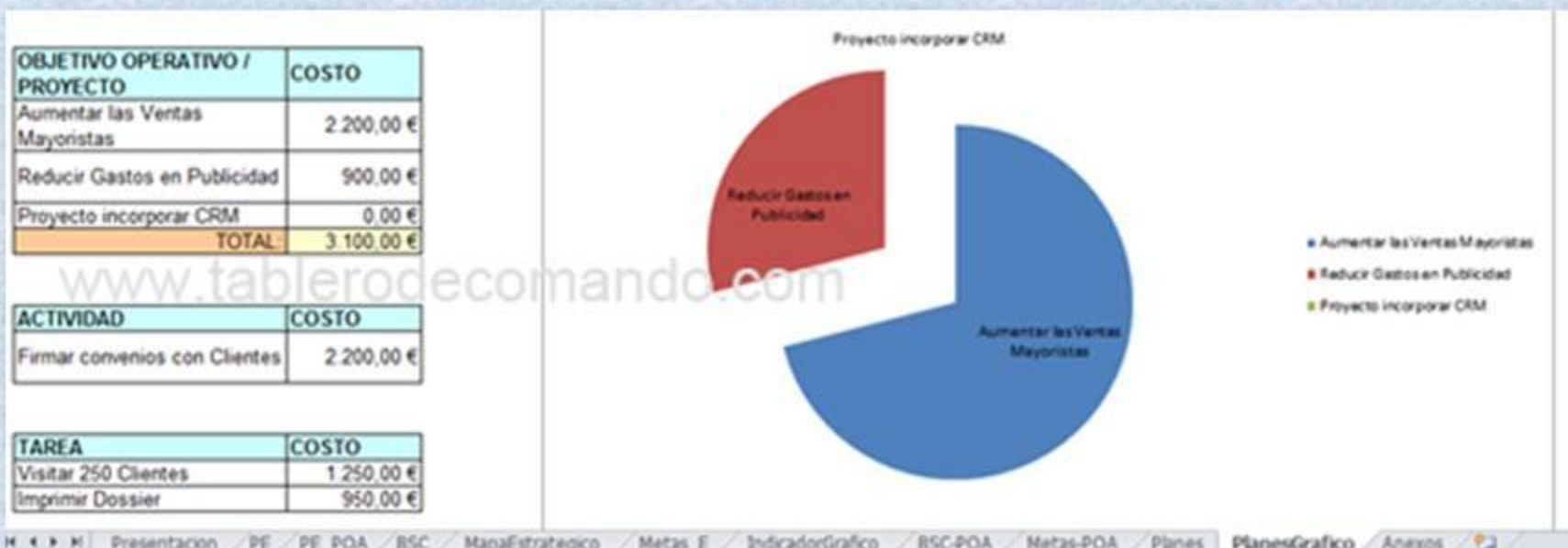
Proyectos – Planes – Presupuesto

Costo **individual** por objetivo,
por proyecto, por actividad, por tarea.

Objetivo Operativo	Proyecto	Actividad	Tarea	Costo Unitario Estimado	Cantidad a Lograr	Costo Total Estimado
Aumentar las Ventas Mayoristas		Firmar convenios con Clientes	Visitar 250 Clientes	€5,00	250	€1250,00
Aumentar las Ventas Mayoristas		Firmar convenios con Clientes	Imprimir Dossier	€950,00	1	€950,00
Reducir Gastos en Publicidad		Seleccionar Mejores Medios	Solicitar Opinion a tres Consultores	€300,00	3	€900,00
	Proyecto incorporar CRM	Conseguir 3 Presupuestos	Analizar Presupuestos	€0,00		€0,00

Proyectos – Planes – Presupuesto

Costo **total** por objetivo,
por proyecto, por actividad, por tarea.



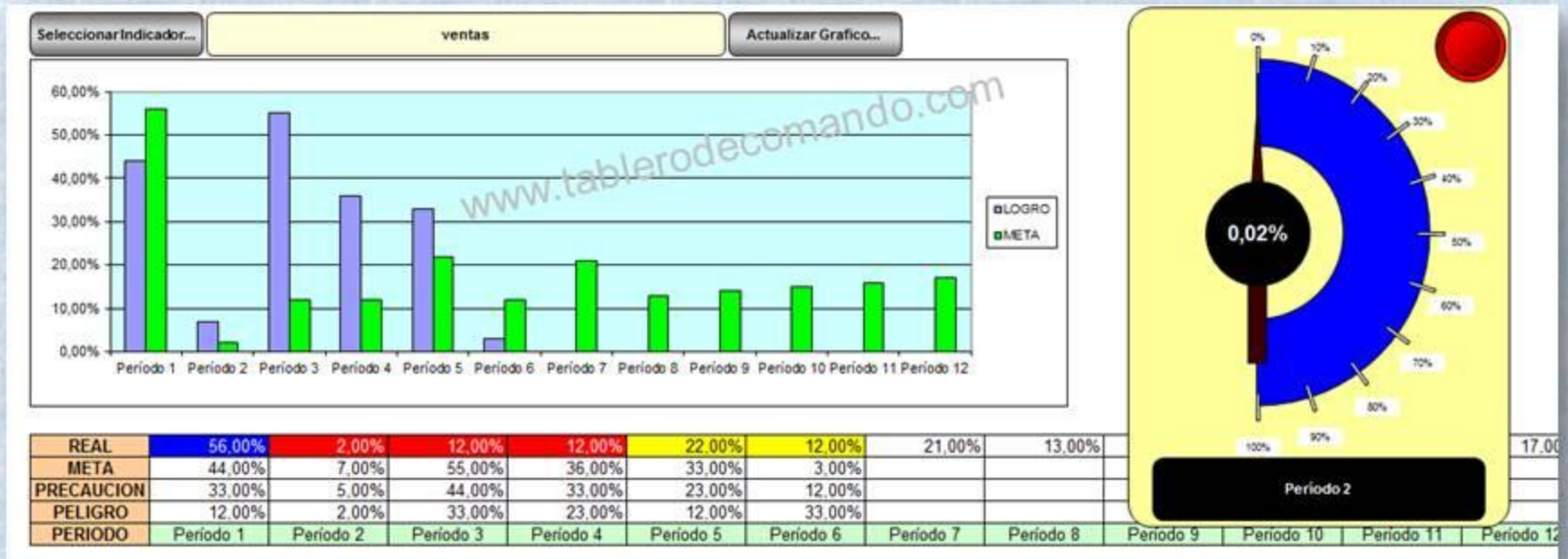
Metas

Ascendentes – Descendentes - Estacionales

1			2			3		
Peligro	Precaucion	Meta	Peligro	Precaucion	Meta	Peligro	Precaucion	Meta
12,00%	16,00%	20,00%	2,00%	5,00%	7,00%	12,00%	16,00%	20,00%
12	4	1						

Evaluación

60 períodos



Porcentaje de Avance Acumulado

Porcentaje de avance mensual de **todos** los responsables.

Gerencia Responsable	Objetivo Operativo	Proyecto	% Ejecuci Acumula	Responsable
Gerencia de Ventas	Aumentar las Ventas Mayoristas		65,00%	Ing. Jose Perez Benitez
Gerencia de Mercadeo y Publicidad	Reducir Gastos en Publicidad		75,00%	Lic. Maria Ruiz Carlotto
Gerencia de Mercadeo y Publicidad		Proyecto incorpora CRM	100,00%	Lic. Maria Ruiz Carlotto

Porcentaje de Avance Acumulado

Porcentaje de avance mensual de **cada** responsable.

Gerencia Responsable	Objetivo Operativo	Proyecto	% Ejecución Acumulado	Responsable
Gerencia de Mercadeo y Publicidad	Reducir Gastos en Publicidad		75,00%	Lic. Maria Ruiz Carlotto
Gerencia de Mercadeo y Publicidad		Proyecto incorpora CRM	100,00%	Lic. Maria Ruiz Carlotto

www.tablerodesomando.com

Tomar Decisión

Observaciones
Dar inicio al Plan de Capacitación en CRM y validar en 10 días la puesta en marcha de los nuevos conocimientos
www.tablerodecomando.com