



PLAN ESTRATÉGICO

¿Qué es un Plan Estratégico?

PLAN ESTRATÉGICO es un documento en el que se refleja cual será la estrategia a seguir por la organización en un medio plazo (3 años)

Dónde estoy hoy, dónde quiero estar.

PARA QUE



ETAPAS

DECLARACIONES CORPORATIVAS

Misión, Visión y Valores

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Externo e Interno
DAFO-CAME

OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

Objetivos, expansión,
fuente de financiación,
Atributos de marca,
etc.
TODO TIENE QUE SER
MEDIBLE

PLAN DE ACCIÓN

Se ponen en marcha
los diferentes planes
para lograr los
objetivos.
Plan operativo, plan
financiero, plan de
comunicación, etc

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Seguimiento y
evolución para poder
detectar errores,
desviaciones, mejoras,
etc.

1. DECLARACIONES CORPORATIVAS

MISIÓN

La **misión** es la razón de ser de una organización.

Responde ¿a qué nos dedicamos? ¿Cómo lo hacemos? ¿Cuál es nuestro propósito?.

EN TIEMPO PRESENTE

EJEMPLOS DE MISIÓN

Google: *Organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil.*

Coca-Cola: *Refreshar al mundo. Inspirar momentos de optimismo y felicidad. Crear valor y hacer la diferencia.*

Nike: *Llevar inspiración e innovación a cada atleta del mundo.*

UNICEF: *promover la protección de los derechos del niño, de ayudar a satisfacer sus necesidades básicas y de aumentar las oportunidades que se les ofrecen para que alcancen plenamente sus potencialidades.*

VISIÓN

El enunciado de la **visión** debe decirnos hacia dónde se dirige la organización, dónde quiere estar en el largo plazo.

La visión debe responder las preguntas ¿qué queremos ser? ¿A dónde queremos llegar?

A TIEMPO FUTURO

EJEMPLOS DE VISIÓN

Google: *Organizar la información del mundo para que todos puedan acceder a ella y usarla*

Coca-Cola: *Refreshar al mundo. Hacer la diferencia*

Nike: *Llevar inspiración e innovación a cada atleta del mundo*

UNICEF: *Conseguir que los más de 7,000 millones de habitantes del planeta conozcan y defiendan los derechos de la infancia en todo momento y en todo lugar*

VALORES

Cuando hablamos de valores corporativos, nos referimos a ideales, a creencias y a la ética de la organización y de sus colaboradores. Los valores se centran en responder a la pregunta de ¿en qué creemos?

EJEMPLOS DE VALORES

Google: *Aprendizaje, éxito e inclusión.*

Coca-Cola: *Liderazgo, colaboración, integridad, responsabilidad, pasión, diversidad y calidad.*

Nike: *Innovación, trabajo en equipo, sustentabilidad e impacto social.*

UNICEF: *Atención, respeto, integridad, confianza y rendición de cuentas.*

1. DECLARACIONES CORPORATIVAS

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES CULTURAS UNIDAS

Las culturas que conviven en nuestra sociedad proporcionan un componente de **multiculturalidad** que, a veces, genera conflicto entre nacionalidades por costumbres o hábitos diferentes, falta de comunicación y por temor a lo que no es aquello habitual o conocido. En las diversas nacionalidades se ve una tendencia a la formación de guetos.

Culturas unidas, aspira a la **creación de ámbitos permanentes de relación**, acercamiento, diálogo y encuentro entre las diferentes culturas.

Ámbitos donde, pese a la diversidad, se pueda converger.

Buscando siempre la **integración social**, la población a la que nos dirigimos es aquella que vive en riesgo de exclusión; para ello, organizamos actividades orientadas hacia la **educación** y fomento de la **interculturalidad**.

Contamos con dos programas principales de trabajo que se centran en la educación de niñ@s y adultos (Programa de Formación y de Infancia) y el Programa de integración social

Otras áreas de trabajo son: asistencia básica (Programa de Alimentos) y los Proyectos de Cooperación al desarrollo (Mozambique y Guinea Bissau).

Los programas de Culturas Unidas están abiertos a la colaboración de todas aquellas personas que se sientan identificadas con el ideario de la asociación.

Para realizar todas nuestras actividades contamos con un equipo dinámico con 21 personas contratadas y más de 30 personas voluntarias que desarrollan los distintos programas dirigidos a la Infancia y Familia, así como a la Integración Social y a la Cooperación.

La asociación está compuesta por:

Una Junta Directiva compuesta por Presidente/a, Vicepresidente/a, Tesorero/a y Secretario/a, que se encarga del contacto con el medio y los temas legales.

Comisiones de Trabajo creadas para cada uno de los programas que desarrollamos. Trabajamos en equipo y consensuamos todas las actividades que realizamos, dando vías de participación y decisión a todas las personas Voluntarias que quieren colaborar con Culturas Unidas.

ETAPAS

DECLARACIONES CORPORATIVAS

Misión, Visión y Valores

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Externo e Interno
DAFO-CAME

OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

Objetivos, expansión,
fuente de financiación,
Atributos de marca,
etc.
TODO TIENE QUE SER
MEDIBLE

PLAN DE ACCIÓN

Se ponen en marcha
los diferentes planes
para lograr los
objetivos.
Plan operativo, plan
financiero, plan de
comunicación, etc

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Seguimiento y
evolución para poder
detectar errores,
desviaciones, mejoras,
etc.

2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

2.1. ORGANIZACIÓN

ELEMENTOS BÁSICOS DE LA ORGANIZACIÓN:

- Estructura y/o Organigrama
- Programas/Líneas de actuación
- Usuarios/Beneficiario
- Fuentes de financiación
- Página Web
- Presencia en Redes

2.2. ANÁLISIS FINANCIERO

NECESITAMOS SABER CUÁL ES LA CAPACIDAD FINANCIERA Y HASTA CUANTO SE PUEDE CRECER.

- Balance de situación
- Cuenta de Perdidas y Ganancias
- Ratios económicos financieros

2.3. COMPETENCIAS CLAVES

ANÁLISIS DE COMPETENCIAS CLAVES Y RECURSOS CLAVES:

- Cuales son los departamentos o recursos en la Organización es lo que eres muy bueno
- Cuales son los departamentos o recursos en la Organización en los que no eres tan bueno y en los que hay que mejorar o externalizar.
- Competencias claves: Habilidades, conocimientos, actitudes, valores éticos, etc que nos diferencian.

2.4. ANÁLISIS EXTERNO

CONSISTE EN VER COMO SE RELACIONA LA ORGANIZACIÓN CON EL EXTERIOR, TANTO EN LOS MÁS CERCANOS COMO EN EL ÁMBITO GLOBAL:

- Proveedores
- Entidades Públicas o privadas
- Agentes sociales
- Político
- Económico
- Social
- Tecnológico
- Ecológico
- Legal

2.5. DAFO

El Dafo, también conocido como Matriz o Foda, es una herramienta metodología de la situación de una organización empresa o proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y oportunidades).

Nos permite sintetizar la situación y el entorno de una organización y tener una mejor visión para fijar objetivos concretos.

2.5.DAFO

ANÁLISIS INTERNO

DEBILIDADES

Áreas de mejora. Lo que es malo ahora y que hay remediar o parar. Interno y actual

FORTALEZAS

Puntos fuertes. Lo que es bueno ahora y hay que mantener, construir o evolucionar. Interno y actual

ANÁLISIS EXTERNO

AMENAZAS

Las barreras. Lo que es malo en un futuro y hay que contrarrestar. Externo y futuro

OPORTUNIDADES

Las ayudas. Lo que es bueno en un futuro y hay que priorizar u optimizar. Externo y futuro

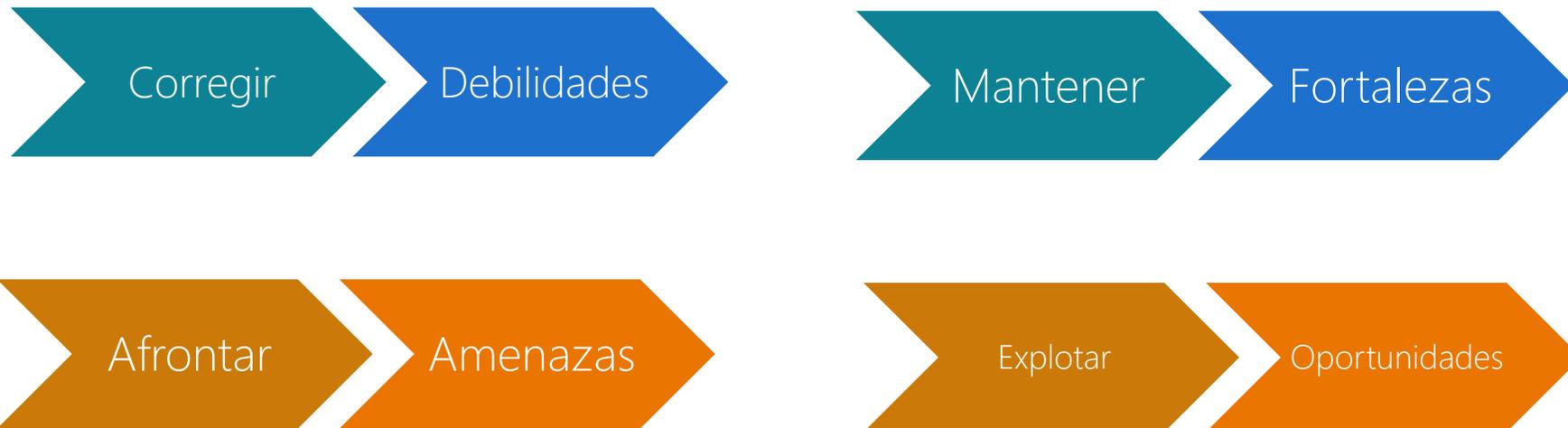
El DAFO te permite entender rápidamente los principales problemas de un proyecto así como sus potencialidades.

2.6.CAME

El análisis CAME es la herramienta o mecanismo que te permite identificar estrategias, una vez creada tu matriz **DAFO** en el ejercicio de planificación estratégica.

El análisis CAME tiene como objetivo, ayudarte a determinar distintos tipos de estrategias con estructura y claridad, tomando como base el resultado de la matriz **FODA**.

CAME son las siglas de **Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar**; las cuales son las acciones básicas que puedes aplicar a cada uno de los factores que hayas identificado en tu matriz DAFO.



ETAPAS

DECLARACIONES CORPORATIVAS

Misión, Visión y Valores

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Externo e Interno
DAFO-CAME

OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

Objetivos, expansión,
fuente de financiación,
Atributos de marca,
etc.
TODO TIENE QUE SER
MEDIBLE

PLAN DE ACCIÓN

Se ponen en marcha
los diferentes planes
para lograr los
objetivos.
Plan operativo, plan
financiero, plan de
comunicación, etc

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Seguimiento y
evolución para poder
detectar errores,
desviaciones, mejoras,
etc.

3.OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Los **objetivos estratégicos** son los fines o metas que la organización pretende lograr en un periodo determinado de tiempo.

Se basan en la visión, la misión y los valores de su organización y son ellos los que determinan las acciones y medios que se ejecutarán para cumplirlos. Deben ser, claros, coherentes, medibles y alcanzables.

Para establecer estos objetivos estratégicos utilizaremos los criterios SMART.

eEspecíficos	Medibles	Alcanzables	Realistas	Temporales
<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué queremos conseguir? Los objetivos tienen que ser concretos y directos.• Definir bien: Qué, como, cuando y Donde	<ul style="list-style-type: none">• Tenemos que poder medirlos para saber si lo estamos alcanzando• Indicadores o KPIS	<ul style="list-style-type: none">• Fijar metas que estén dentro de lo normal	<ul style="list-style-type: none">• Que puedan alcanzarse con los medios y recursos disponibles	<ul style="list-style-type: none">• Hay que ponerles un tiempo límite para lograrlos

3.OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

A la hora de establecer los objetivos estratégicos hay que tener en cuenta:

- No debe haber más de 15 objetivos estratégicos
- Todos los objetivos deben vincularse de manera lógica.
- Los objetivos no pueden contradecirse
- Cada objetivo debe tener al menos un verbo y un sustantivo

BIEN: Mejorar la recaudación de fondos

MAL: Recaudación de fondos

Asegurarse de no incluir proyectos como objetivos estratégicos

BIEN: Mejorar la comunicación interna

MAL: Implementar un CRM

3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Cuando cree sus objetivos estratégicos hay tener en consideración las cuatro perspectivas del **Balanced Scorecard (BSC)** o **Cuadro de Mando Integral (CMI)**. Por ejemplo, si dentro de su estrategia se incluye 10 o 15 objetivos estratégicos, estos deberán distribuidos uniformemente entre las cuatro perspectivas y no concentrados solo en algunas de ellas.



3.OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Ejemplos de Objetivos estratégicos:

PERSONAL, RECURSOS Y TÉCNOLOGÍA

1. Aumentar la calidad, eficiencia y eficacia en el trabajo.
2. Ofrecer nuevas respuestas a los problemas sociales.
3. Aumentar el conocimiento sobre las nuevas necesidades sociales para que adaptar nuestra respuesta a las mismas
4. Establecer conocimiento y transmitirlo a otras entidades que operan en el sector

CLIENTES/MERCADO

1. Incrementar la participación de las personas destinatarias de las acciones en la toma de decisiones de las entidades.
2. Impulsar nuevas fórmulas de participación democrática dentro de las entidades.
3. Aumentar el compromiso del voluntariado a través de su capacitación y su participación

FINANCIERO

1. Conseguir mayor estabilidad en las fuentes de financiación pública.
2. Diversificar nuestras fuentes de financiación para ganar independencia y autonomía.
3. Gestionar de modo más eficiente y sostenible nuestros recursos.

3.OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Una vez repasados y definidos los Objetivos estratégicos o Metas estratégicas elaboramos las estrategias a seguir. Es decir, establecemos como lo vamos a conseguir.

PERSONAL, RECURSOS Y TÉCNOLOGÍA

1. Aumentar la calidad, eficiencia y eficacia en el trabajo.
2. Ofrecer nuevas respuestas a los problemas sociales.
3. Aumentar el conocimiento sobre las nuevas necesidades sociales para que adaptar nuestra respuesta a las mismas
4. Establecer conocimiento y transmitirlo a otras entidades que operan en el sector

ESTRATEGÍAS (COMO LO HAGO)

1. *Generando y difundiendo herramientas y organizando actividades formativas para el desarrollo de sistemas de calidad y unificando métodos para su medición.*
2. *Incorporando fórmulas que impliquen de modo efectivo a las personas y a las comunidades, en la identificación de sus necesidades y en la definición de respuestas.*
3. *Impulsando espacios para la incubación de ideas innovadoras, el aprendizaje mutuo, y la transferencia de conocimientos y experiencias.*
4. *Cooperando con otros actores (universidad, centros de investigación, empresas) para explorar y desarrollar iniciativas conjuntas orientadas a la innovación social.*
5. *Organizando actividades formativas para capacitar a los recursos humanos sobre enfoques novedosos de acción social.*
6. *Incrementando el uso de las tecnologías para la mejora de las respuestas del sector a las necesidades sociales.*
7. *Participando en espacios de emprendimiento e innovación del Sector*

3.OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Una vez repasados y definidos los Objetivos estratégicos o Metas estratégicas elaboramos las estrategias a seguir. Es decir, establecemos como lo vamos a conseguir.

CLIENTES/MERCADO

1. Incrementar la participación de las personas destinatarias de las acciones en la toma de decisiones de las entidades.
2. Impulsar nuevas fórmulas de participación democrática dentro de las entidades.
3. Aumentar el compromiso del voluntariado a través de su capacitación y su participación

ESTRATEGÍAS (COMO LO HAGO)

1. Generando espacios de reflexión compartida y participativa en los que las personas socias, trabajadoras, voluntarias y beneficiarias de nuestras acciones manifiesten sus opiniones, intereses y propuestas, prestando atención a criterios de género y edad
2. Promoviendo la participación de personas destinatarias, que han finalizado con éxito programas, en órganos de toma de decisiones y en el diseño de acciones.
3. Promoviendo la participación del voluntariado en órganos de toma de decisiones y en el diseño de acciones.
4. Planificando periódicamente las necesidades de voluntariado, su capacitación y acompañamiento, e intensificando las actividades formativas.

3.OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

									
+			+						
	-				-				
			x			x			
	x	+			+		+		
-				-					
	x					+			x
		+						+	

ESTABLECER TAREAS, PERSONAS RESPONSABLES Y CALENDARIO

3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

OBJETIVOS	ESTRATEGIA	TIEMPO	Agentes implicados	Indicadores , KPIS	Resultados
Conseguir mayor estabilidad en las fuentes de financiación pública.	Negociando la utilización de la fórmula de los convenios con las administraciones públicas	Diciembre 2021	Finanzas	2 convenios con la administración Pública	2
Diversificar nuestras fuentes de financiación para ganar independencia y autonomía.	Sensibilizando a la población para incrementar donaciones, aportación de cuotas, crowdfunding, etc., y a las empresas para intensificar su compromiso con acciones y proyectos sociales.	Diciembre 2022	Recaudación de Fondos	Aumentar las fuentes de financiación un 30%	10% coswfundin g, 15% empresas y 10% socios
Gestionar de modo más eficiente y sostenible nuestros recursos	Facilitando y desarrollando acuerdos y agrupaciones de entidades para gestión de compras, compartir actividades formativas racionalizar el uso de locales y espacios, etc.	Diciembre 2021			

ETAPAS

DECLARACIONES CORPORATIVAS

Misión, Visión y Valores

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Externo e Interno
DAFO-CAME

OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

Objetivos, expansión,
fuente de financiación,
Atributos de marca,
etc.
TODO TIENE QUE SER
MEDIBLE

PLANES

Se ponen en marcha
los diferentes planes
para lograr los
objetivos.
Plan operativo, plan
financiero, plan de
comunicación, etc

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Seguimiento y
evolución para poder
detectar errores,
desviaciones, mejoras,
etc.

4.PLANES

Plan operativo: es un documento oficial en el que los responsables de una organización (empresarial, institucional, no gubernamental...) o un fragmento del mismo (departamento, sección, delegación, oficina) enumeran los objetivos y las directrices que deben cumplir en el corto plazo. Por ello, un plan operativo se establece generalmente con una duración efectiva de un año, lo que hace que también sea conocido como plan operativo anual o **POA**.

El plan operativo es la culminación del detalle de un **plan estratégico**. Debido a esta circunstancia, el **POA debe adaptar los objetivos generales de la compañía a cada departamento**.

Plan Estratégico:

- 1.- Es la herramienta primordial de la gerencia.
- 2.- Su principal objetivo es buscar las ventajas y desventajas competitivas de la organización con cambios profundos a nivel económico.

Plan Operativo:

- 1.- Va de la mano con el plan estratégico, es decir, cuando se tiene conocimiento del plan a desarrollar, tiene que haber simetría con los objetivos específicos.
- 2.- El objetivo principal es desarrollarlos de forma clara, sencilla y fácil de entender para la empresa, el plan estratégico a desarrollar.

4.PLANES

Plan financiero, plan de comunicación, etc



Gracias