



# Propuesta Planificación

**Profesor:** Jorge Riveros

**Nombre:** Diego Rojas Asenjo

**Carrera:** Ingeniería Civil Informática

**Ramo:** Administración de Empresas

**Fecha:** 11 de Noviembre 2013

## **Introducción**

La actividad de intermediación financiera consiste en la captación de recursos, incluidas las operaciones de mesa de dinero, con la finalidad de otorgar créditos o financiamientos, e inversiones en valores; y sólo podrá ser realizada por los bancos, entidades de ahorro, préstamo y demás instituciones financieras reguladas por este Decreto Ley.

Las empresas se ven afectadas continuamente con las variaciones en el entorno las cuales repercuten tanto directa como indirectamente en el funcionamiento de la organización, tales variables pueden ser: crisis económicas, políticas de estado, desastres sobrenaturales, economía mundial o simplemente por la misma competencia, que influye los liderazgos respectivos en el mundo del mercado empresarial.

Por ello la importancia que implica para las empresas, estar constantemente es supervisión de las variaciones de las variables que influyen su organización. Con el fin de poder establecer los problemas que suscitan con anterioridad, de tal manera de identificar las falencias de la empresa, para poder así diseñar planes estratégicos y operacionales que permitan mejorar los rendimientos.

## Índice

Caso ADMI 100.....	4
Objetivos Empresa.....	4
Ojetivos Corto y Largo Plazo.....	4
Medidas de Planificación.....	4
Análisis FODA.....	5
Plan Estratégico Año Próximo.....	6
Plan Estratégico a 3 años.....	6
Plan Operacional Año Próximo.....	6
Plan Operacional a 3 años.....	7
Carta Gantt Plan Estratégico y Operacional Año Próximo.....	7
Carta Gantt Plan Estratégico y Operacional a 3 años.....	7
Conclusión.....	8

## **Primer Caso ADMI 100**

Una empresa financiera (un banco comercial) ha perdido su posición de liderazgo en el mercado. Ha perdido una gran cantidad de clientes durante el último año. Se les ha convocado a Uds, grupo de trabajo experto en planificación para que diseñe un plan que permita revertir esta situación para el próximo año y lograr un crecimiento de estos clientes en los próximos 3 años.

**Objetivos de la Empresa:** Los objetivos son resultados que una empresa pretende alcanzar, o situaciones hacia donde ésta pretende llegar.

### **Objetivos a corto plazo**

Lograr aumentar el posicionamiento en el mercado del 45%, con foco al servicio de post venta y el producto nuevo en un año

Aumentar las competencias y capacidades de los trabajadores en un 30% de fortalecimiento en el manejo de los instrumentos y fondos financieros

### **Objetivos a largo plazo**

Mantener el liderazgo de mercado logrando mayores inversiones y planes estratégicos con otras empresas que fortalezcan la rentabilidad, ofreciendo nuevos productos de la mejor calidad, con la mejor tecnología e innovación y con el mejor personal para el manejo de los fondos financieros de nuestros clientes, entregándoles seguridad al momento de confiar sus activos con la empresa.

### **Medidas a considerar para la planificación:**

1. Determinación de los objetivos de la empresa.
2. Prever las condiciones en las que se encuentra o estará la empresa estableciendo condiciones y suposiciones a las que se deba trabajar.
3. Plantear tareas para el logro de los objetivos.
4. Establecer un plan para los logros.
5. Establecer políticas para la ejecución de los planes.
6. Planear estándares de trabajo y métodos para cumplirlos
7. Anticipación de problemas

**Observaciones:**

El banco comercial presta bienes y servicios por lo que sí ha perdido liderazgo de mercado y clientes puede deberse por las siguientes acotaciones a considerar.

**Análisis FODA que busca los posibles problemas del entorno y dentro de la empresa:**

	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"><li>-Personal competente para la atención al cliente.</li><li>-Personal adecuado para el manejo de inversiones o préstamos</li><li>-Buen ambiente laboral</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-No ser la única empresa dedicada al rubro</li><li>-No estar concretamente ajustado al entorno.</li><li>-Recursos escasos para la ejecución de campañas de difusión</li></ul>
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"><li>-Teniendo personal competente para la atención al público, si el personal no está 100% capacitado será un mal elemento en negociaciones importantes.</li><li>-Teniendo en cuenta que se tiene la competencia, los trabajos poco planificados pueden perder fuerza en campañas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Si al tener bajos recursos y no existir planificación para ejecución de campañas, podría el personal no estar en condiciones de una atención integral.</li><li>-Teniendo en cuenta que la empresa no es la única en el rubro, la falta de ideas o innovaciones para posibles planificaciones pueden ser cruciales para el interés del publico.</li><li>-Si la empresa va mal en sus campañas las planificaciones observadas pueden mostrar malos resultados, si no estrategia nuevas propuestas.</li></ul>

Una vez realizado el Análisis FODA, obtenemos las planificaciones estratégicas tomando en cuenta

**Plan estratégico para año siguiente:**

1. Realizar estudio de mercado enfocado a productos ofrecidos por la competencia en relación a la empresa como modelo encuesta, determinando el precio más conveniente a los productos a ofrecer al público o empresario.

**Plan estratégico para los siguientes 3 años:**

1. Realizar estudio sobre incertidumbre económica interna y por sobre el entorno (largo plazo)
2. Investigación sobre las futuras inversiones monetarias o no monetarias, del entorno económico mediante análisis financieros para el aumento de rentabilidad de la empresa.

**Planes Operacionales durante 1 año:**

1. Estudio del entorno interno de la empresa utilizando cadena de valor y cadena de valor invertida, estudios externos como análisis peste. Con el fin de determinar y estudiar el FODA de la empresa, luego estudio de competidores a fondo, con el fin de ver los productos más vendidos/ofrecidos por la competencia haciendo una combinación de aquellos más importantes para su valoración y eficacia para su ofrecimiento.
2. Capacitación de personal en cuando a servicio post venta en caso de problemas en cadena de valor invertida. En tanto en los problemas de ingeniería, desarrollar un nuevo producto compitiendo en bajo costo y aprovechando la estabilidad chilena puede ser DPL con una mayor tasa de retorno.
3. Campañas de acciones comerciales para mayor participación en el mercado y captar clientes de la competencia desarrollando medios como: web, televisivos, radio informativos, escritos, entre otros, para captación del público perdido o clientes de la competencia. Además de coaching para los ejecutivos con el fin de interiorizar los productos (hacer que ellos se compren la marca/producto) y motivarlos.
4. Recopilación de información sobre los productos adquiridos por el público, para determinar posibles mercados futuros.

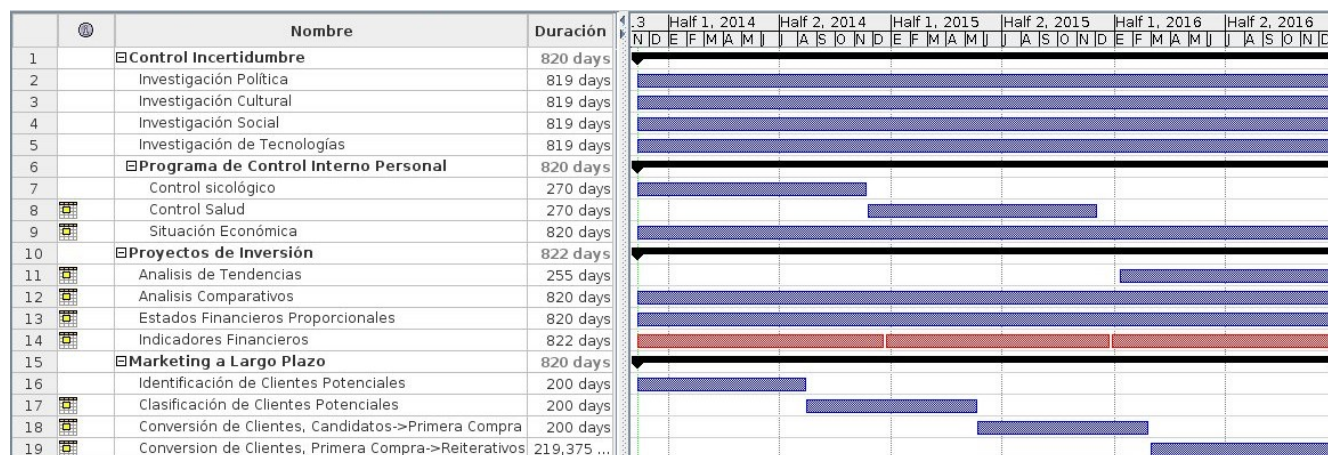
### Planes Operacionales durante 3 años:

1. Realización de proyectos a inversión de productos no monetarios para evitar una inflación, dado los problemas que podría causar el plan estratégico a corto plazo, por una sobre demanda.
2. Establecer un marketing a largo plazo para la captación de nuevos usuarios e innovación en productos o servicios, para las futuras inversiones e asegurar clientes leales, y fortalecer a los ya existentes.

### Carta Gant Con Plan Estratégico y Operacional para el Primer periodo en 1 año



### Carta Gant Con Plan Estratégico y Operacional, Segundo periodo a 3 años



## **Conclusión**

Comprendiéndose que los problemas de la empresa se pueden ver efectuados por varios factores durante el tiempo, y como se había mencionado la incertidumbre económica puede afectar a cualquier empresa de la cual no toma buenas medidas estratégicas, y afrontar los riesgos de los que el mismo futuro es incierto, siendo que éstas mismas crisis no pueden ser abordadas con un 100% de efectividad. Planificando a largo plazo el riesgo de la incertidumbre es mucho mayor por la falta de información del futuro a ejercer.

Una vez tomadas las falencias de la empresa, y compararlas con sus fortalezas y debilidades, podemos lograr una serie de planificaciones a corto plazo generando reacciones y acciones que eviten pérdidas importantes en el liderazgo del mercado, para así poder planificar a largo plazo operaciones o estrategias que puedan afrontar un futuro que causen complicaciones en el logro de los objetivos de la empresa.