

PORTADA E ÍNDICE

Introducción

Etapa 1. Análisis y Diseño

Etapa 2. Mapa Estratégico

Etapa 3. Objetivos Relevantes

Etapa 4. Tablero de Control

Etapa 5. Dashboard

INTRODUCCIÓN GENERAL

Instrucciones: Redactar una introducción de **mínimo 150 palabras** referente a la información que presentarás. Puedes agregar conceptos, expectativas del trabajo o una opinión personal previa a la realización del trabajo.

Como podemos observar en los indicadores de cada tabla el de desempeño del proyecto, esto nos ayuda, dar seguimiento las diversas áreas como Financieras, clientes, proceso y aprendizaje del desarrollo. Por ejemplo, el costo de inversiones y el desarrollo, si estos indicadores señalan que hubo una mala estimación del proyecto o indica que se estimó bien, pero por alguna razón los gastos se incrementaron significativamente, la cancelación del proyecto debe considerarse. Es muy importante tomar en serio cuando una actividad no se completa en el momento deseado. Podemos comprender que existe cientos de métrica, sin embargo, uno de los indicadores claves en el desempeño es el KPI, porque nos guía en el proyecto y nos sirve para agregar datos desde distintas fuentes en una sola medida.


Visión Estratégica	Clientes	Nivel de Satisfacción	Posicionamiento de Marca	
	Financiera	Margen de rentabilidad	Fuentes de ingresos	
	Procesos	Eficiencia de operaciones	Calidad de Producto y Servicios	
	Aprendizaje y Desarrollo	Capital Humano	Capital Organizacional	Capital de Información

Esta tabla no se modifica

Etapa 1. Análisis Externo e Interno

- Tarea 1. Rellene los aspectos esenciales de la visión estratégica.
- Tarea 2. Elija del filtro la descripción de objetivo que va a analizar.
- Tarea 3. En el apartado de metas defina el porcentaje o valor de meta que la institución desea. Elija también cual es la unidad de medición
- Tarea 4. En el apartado de frecuencia elija si es anual o mensual la revisión de este objetivo.
- Tarea 5. Elija cual es el departamento responsable.

ID	Descripción de objetivo	Meta	Unidad de Medición	Frecuencia	Responsables
1	Incrementar % de rentabilidad	50%	Porcentaje	Anual	Gerente
2	Aumentar ingresos de ventas	20%	Porcentaje	Anual	Comercial
3	Fidelización de los clientes	85%	Porcentaje	Anual	Comercial
4	Incrementar eficiencia del proceso	92%	Porcentaje	Mensual	Operaciones
5	Control de calidad para reducción de defectos	1%	Porcentaje	Mensual	Operaciones
6	Reducir tiempo de ciclo	20%	Horas	Anual	Operaciones
7	Capacitación total del personal	100%	Porcentaje	Anual	RRHH
8	Índice de rotación menor	2%	Porcentaje	Mensual	RRHH
9	Incrementar Inversión en Investigación y TI	20%	Millones/Miles	Anual	RRHH



Listado de Objetivos (No modificar)	Fórmula
Incrementar % de rentabilidad	$(\text{Utilidad neta}) / (\text{Ingresos totales}) * 100\%$
Aumentar ingresos de ventas	$(\text{Ventas actuales} - \text{Ventas anterior}) / (\text{ventas periodo anterior}) * 100\%$
Fidelización de los clientes	$(\text{No. Clientes con valoración mayor a neutro o satisfactorio}) / (\text{total clientes encuestados}) * 100\%$
Incrementar eficiencia del proceso	$(\text{Unidades producidas}) / (\text{Costo producción}) * 100\%$
Control de calidad para reducción de defectos	$(\text{No. Fallas}) / (\text{Total de servicios}) * 100\%$
Reducir tiempo de ciclo	Sumatoria de operaciones (minutos)
Capacitación total del personal	$(\text{No. Capacitaciones ejecutadas}) / (\text{No. Capacitaciones planificadas}) * 100\%$
Índice de rotación menor	$\text{Rotación neta} / \text{Número empleados} * 100\%$
Incrementar Inversión en Investigación y TI	Valor de la inversión (Millones o miles)

Nota del mentor: La etapa de análisis interno y externo es un proceso que se utiliza para definir objetivos en una organización. Esta etapa implica la recopilación de información sobre el entorno externo y los recursos internos de la organización para identificar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

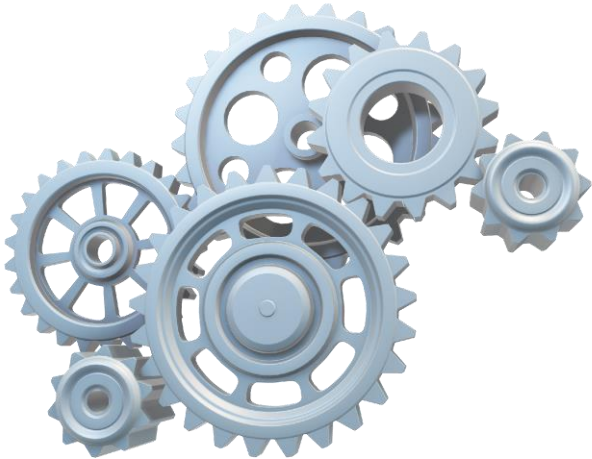
El análisis interno se enfoca en los recursos, habilidades, capacidades y limitaciones de la organización, incluyendo su estructura, cultura, procesos, sistemas y equipos. Este análisis puede ayudar a la organización a identificar sus ventajas competitivas, áreas de mejora y oportunidades para optimizar su desempeño.

Por otro lado, el análisis externo se enfoca en el entorno en el que la organización opera, incluyendo el mercado, la competencia, los clientes, proveedores, regulaciones, tendencias económicas y tecnológicas, entre otros. Este análisis puede ayudar a la organización a identificar oportunidades y amenazas externas que pueden impactar su desempeño y a desarrollar estrategias para aprovechar o mitigar estos factores.

Etapa 2. Mapa Estratégico

Tarea 1. Elija los objetivos para cada categoría de la visión estratégica.

Visión Estratégica	Financiera	Incrementar % de rentabilidad	Aumentar ingresos de ventas	
	Clientes			Fidelización de los clientes
	Procesos	Incrementar eficiencia del proceso	Control de calidad para reducción de defectos	Reducir tiempo de ciclo
	Aprendizaje y Desarrollo	Capacitación total del personal	Índice de rotación menor	Incrementar Inversión en Investigación y TI



Nota del mentor: La etapa de diseño de un mapa estratégico es un proceso clave en la elaboración de un cuadro de mando integral (CMI). Un mapa estratégico es una herramienta visual que muestra la relación entre los objetivos estratégicos de una organización y los factores críticos de éxito que deben alcanzarse para lograr esos objetivos.

En esta etapa, se identifican los objetivos estratégicos de la organización y se organizan en perspectivas que reflejan los diferentes aspectos del desempeño empresarial. Por lo general, estas perspectivas incluyen Financiera, Clientes, Procesos internos y Aprendizaje y Crecimiento.

Una vez identificados los objetivos y perspectivas, se establecen relaciones de causa y efecto entre ellos para construir el mapa estratégico. Es decir, se identifican las causas y consecuencias de cada objetivo estratégico, y se establecen relaciones lógicas entre ellos. El mapa estratégico muestra cómo la consecución de objetivos en una perspectiva afecta la consecución de objetivos en otras perspectivas.

Etapa 3. Objetivos e indicadores claves

Tarea 1. Establezca el avance actual de los objetivos

ID	Categoría	Objetivo-Descripción	Indicador (no modificar)	Avance Actual
1	Financiera	Incrementar % de rentabilidad	(Unidad neta)/(ingresos totales) * 100%	10%
2	Financiera	Aumentar ingresos de ventas	(Ventas actuales-Ventas anterior) /(ventas periodo anterior) * 100%	7%
3	Clientes	Fidelización de los clientes	(No. Clientes con valoracion mayor a nuestro o satisfactorio)/(total clientes encuestados) * 100%	80%
4	Procesos	Incrementar eficiencia del proceso	(Unidades producidas)/(Costo producción) * 25%	6%
5	Procesos	Control de calidad para reducción de defectos	(No. Defectos)/(Total de servicios) *100%	10%
6	Procesos	Reducir tiempo de ciclo	Sumatoria de operaciones(minutos)	15
7	Aprendizaje y Desarrollo	Capacitación total del personal	(No. Capacitaciones ejecutadas)/ (No. Capacitaciones planificadas) *100%	70%
8	Aprendizaje y Desarrollo	índice de rotación menor	Rotacion neta/Numero empleados *100%	6%
9	Aprendizaje y Desarrollo	Incrementar Inversión en Investigación y TI	Valor de la inversion(Millones o miles)	29000.00



Nota del mentor: La etapa de diseño de un mapa estratégico es un proceso clave en la elaboración de un cuadro de mando integral (CMI). Un mapa estratégico es una herramienta visual que muestra la relación entre los objetivos estratégicos de una organización y los factores críticos de éxito que deben alcanzarse para lograr esos objetivos.

En esta etapa, se identifican los objetivos estratégicos de la organización y se organizan en perspectivas que reflejan los diferentes aspectos del desempeño empresarial. Por lo general, estas perspectivas incluyen Financiera, Clientes, Procesos internos y Aprendizaje y Crecimiento.

Una vez identificados los objetivos y perspectivas, se establecen relaciones de causa y efecto entre ellos para construir el mapa estratégico. Es decir, se identifican las causas y consecuencias de cada objetivo estratégico, y se establecen relaciones lógicas entre ellos. El mapa estratégico muestra cómo la consecución de objetivos en una perspectiva afecta la consecución de objetivos en otras perspectivas.

Etapa 4. Tablero de control

Id	Categoría	Objetivo	Unidad Medida	Meta propuesta	Avance Actual	Frecuencia	Óptimo	Suficiente	Deficiente	Responsable
1	Financiera	Incrementar % de rentabilidad	Porcentaje	10%	<div><div></div></div> 50%	Anual	<div><div></div></div> 50%	<div><div></div></div> 40%	<div><div></div></div> 5%	Gerente
2	Financiera	Aumentar ingresos de ventas	Porcentaje	7%	<div><div></div></div> 20%	Anual	<div><div></div></div> 20%	<div><div></div></div> 20%	<div><div></div></div> 5%	Comercial
3	Clientes	Fidelización de los clientes	Porcentaje	80%	<div><div></div></div> 85%	Anual	<div><div></div></div> 85%	<div><div></div></div> 90%	<div><div></div></div> 70%	Comercial
4	Procesos	Incrementar eficiencia del proceso	Porcentaje	6%	<div><div></div></div> 92%	Mensual	<div><div></div></div> 92%	<div><div></div></div> 85%	<div><div></div></div> 70%	Operaciones
5	Procesos	Control de calidad para reducción de defectos	Porcentaje	10%	<div><div></div></div> 1%	Mensual	<div><div></div></div> 1%	<div><div></div></div> 1%	<div><div></div></div> 10%	Operaciones
6	Procesos	Reducir tiempo de ciclo	Hora	15	<div><div></div></div> 20%	Anual	<div><div></div></div> 20%	<div><div></div></div> 20%	<div><div></div></div> 30	Operaciones
7	Aprendizaje y Desarrollo	Capacitación total del personal	Porcentaje	70%	<div><div></div></div> 100%	Anual	<div><div></div></div> 100%	<div><div></div></div> 95%	<div><div></div></div> 80%	RRHH
8	Aprendizaje y Desarrollo	índice de rotación menor	Porcentaje	6%	<div><div></div></div> 2%	Mensual	<div><div></div></div> 2%	<div><div></div></div> 2%	<div><div></div></div> 5%	RRHH
9	Aprendizaje y Desarrollo	Incrementar Inversión en Investigación y TI	Millones/Miles	1750000	<div><div></div></div> 120000000%	Anual	<div><div></div></div> 1280000	<div><div></div></div> 1900000	<div><div></div></div> 1000	RRHH

Nota del mentor: Una vez que se han establecido los objetivos relevantes, se crea un tablero de control para medir el desempeño de la empresa en relación con estos objetivos. El tablero de control se utiliza para rastrear el progreso de la empresa y para tomar decisiones informadas. El tablero de control puede incluir una variedad de medidas, como las finanzas, la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa. el dashboard es una herramienta de presentación que se utiliza para mostrar la información clave del tablero de control. El dashboard puede presentar la información de una manera visualmente atractiva y fácil de entender, lo que permite a los líderes de la empresa tomar decisiones informadas de manera rápida y eficiente.

Etapa 5. Dashboard

//Elabora una gráfica por cada objetivo. Utiliza gráficos diferentes por cada Objetivo

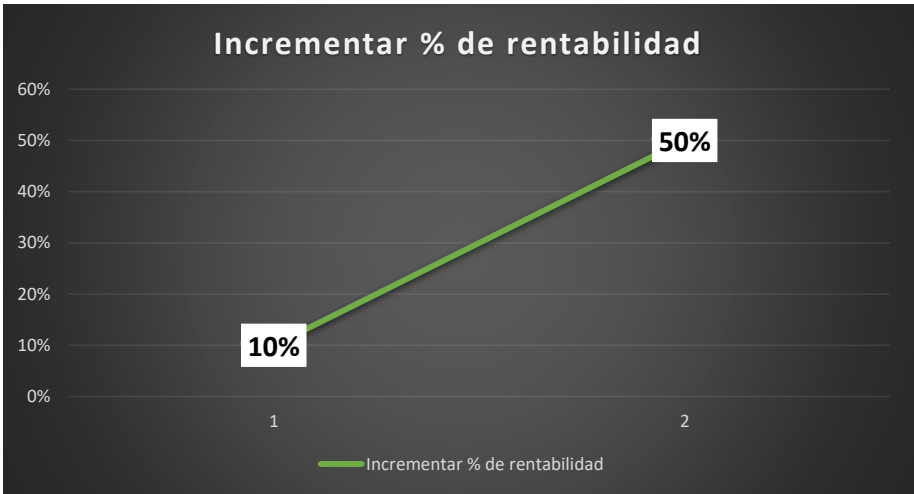
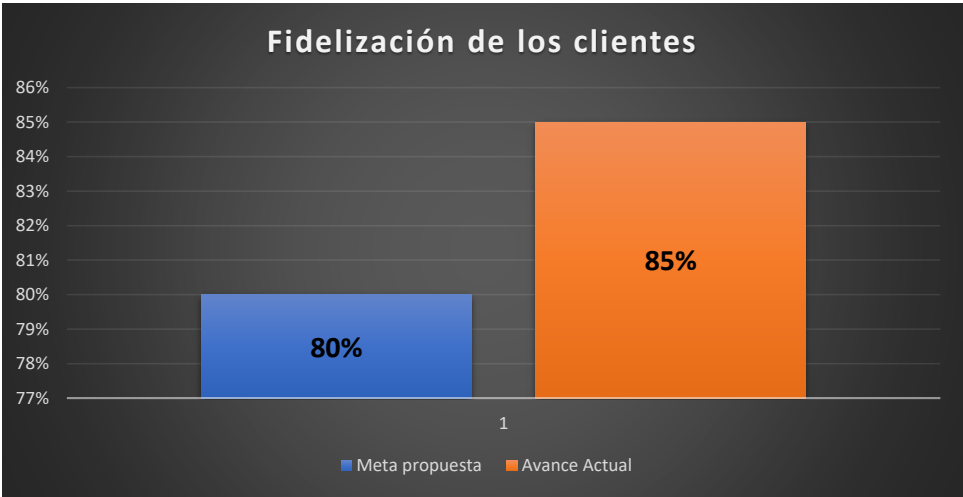
Categoría

Aprendizaje ...

Cientes

Financiera

Procesos



Conclusión

Instrucciones: Redactar una conclusión del trabajo de **mínimo 150 palabras** referente a los principales hallazgos, conocimientos y conceptos trabajados.
