

Elaboración de Mapas Estratégicos



¿Cómo te sientes?



¿Hay algo
que te
gustaría...
...hacer o
tener?

y ahora...



¿Cómo te sientes?

¿Qué podrías hacer?

..enumera:

1..... 2.....
3.....

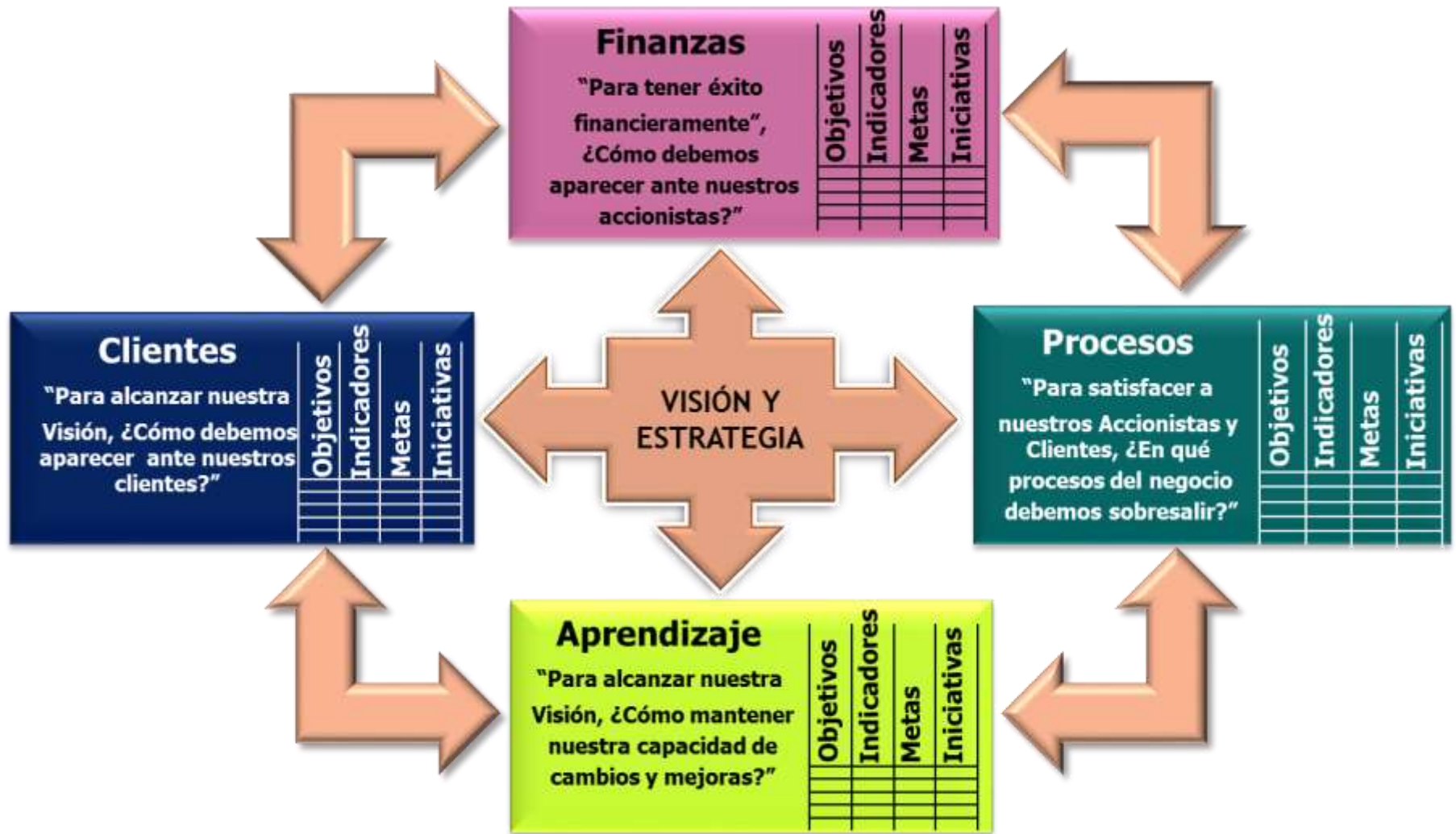


AGENDA

1. Elaboración de Mapas Estratégicos
2. Consideraciones para elaborar mapas estratégicos .
3. Casos de éxito.

1. Elaboración de Mapas Estratégicos

Perspectivas



*¿En qué y cómo debe la
organización
continuamente
aprender, mejorar y
crear valor?*

Financiera
Clientes
Procesos
Aprendizaje



*¿En qué procesos
tenemos que ser
excelentes?*

Financiera
Clientes
Procesos
Aprendizaje



¿Cómo satisfacemos a nuestros clientes?

Financiera
Cientes
Procesos
Aprendizaje



¿Cómo generamos valor para nuestros accionistas?

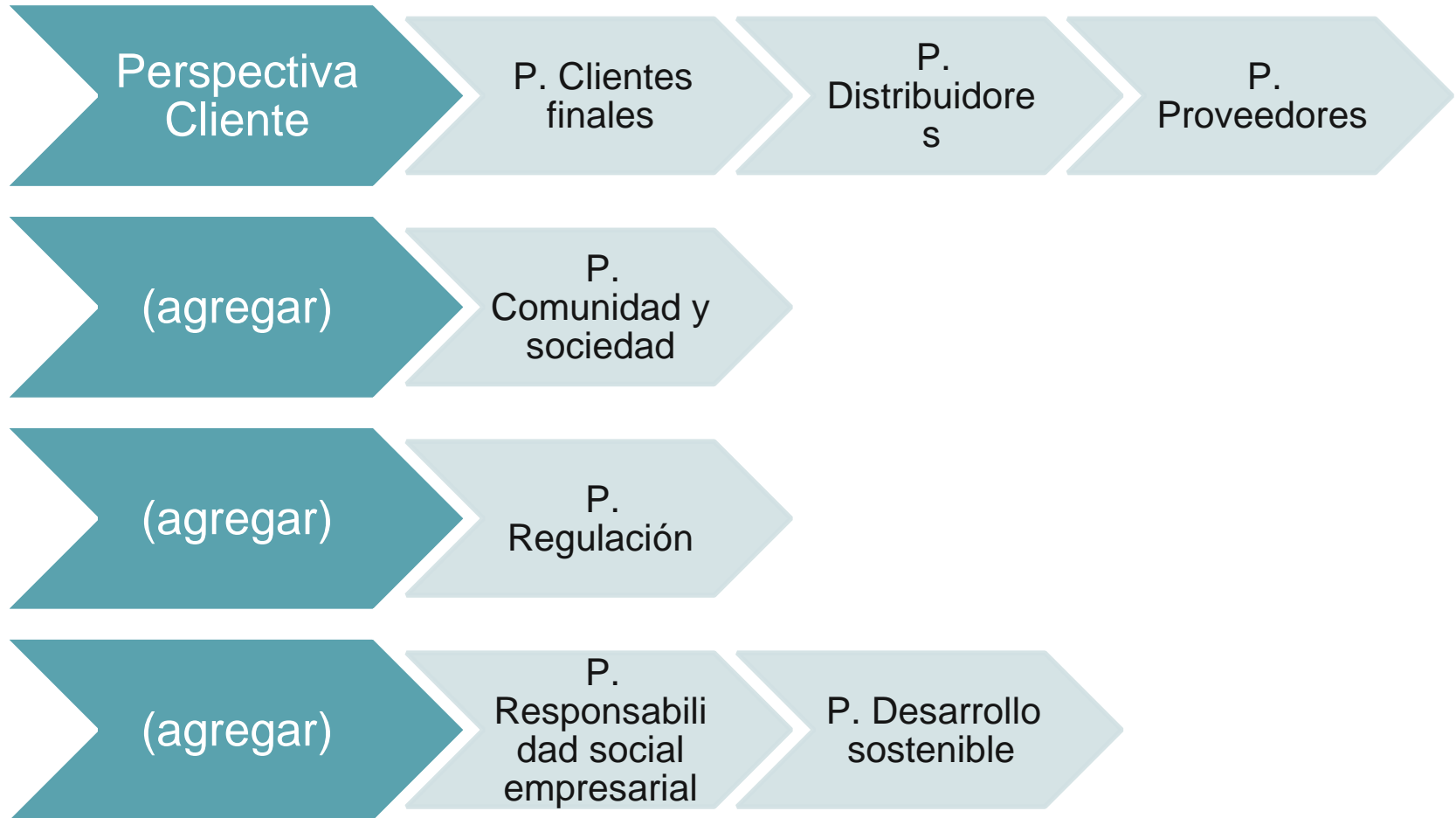
Financiera
Clientes
Procesos
Aprendizaje

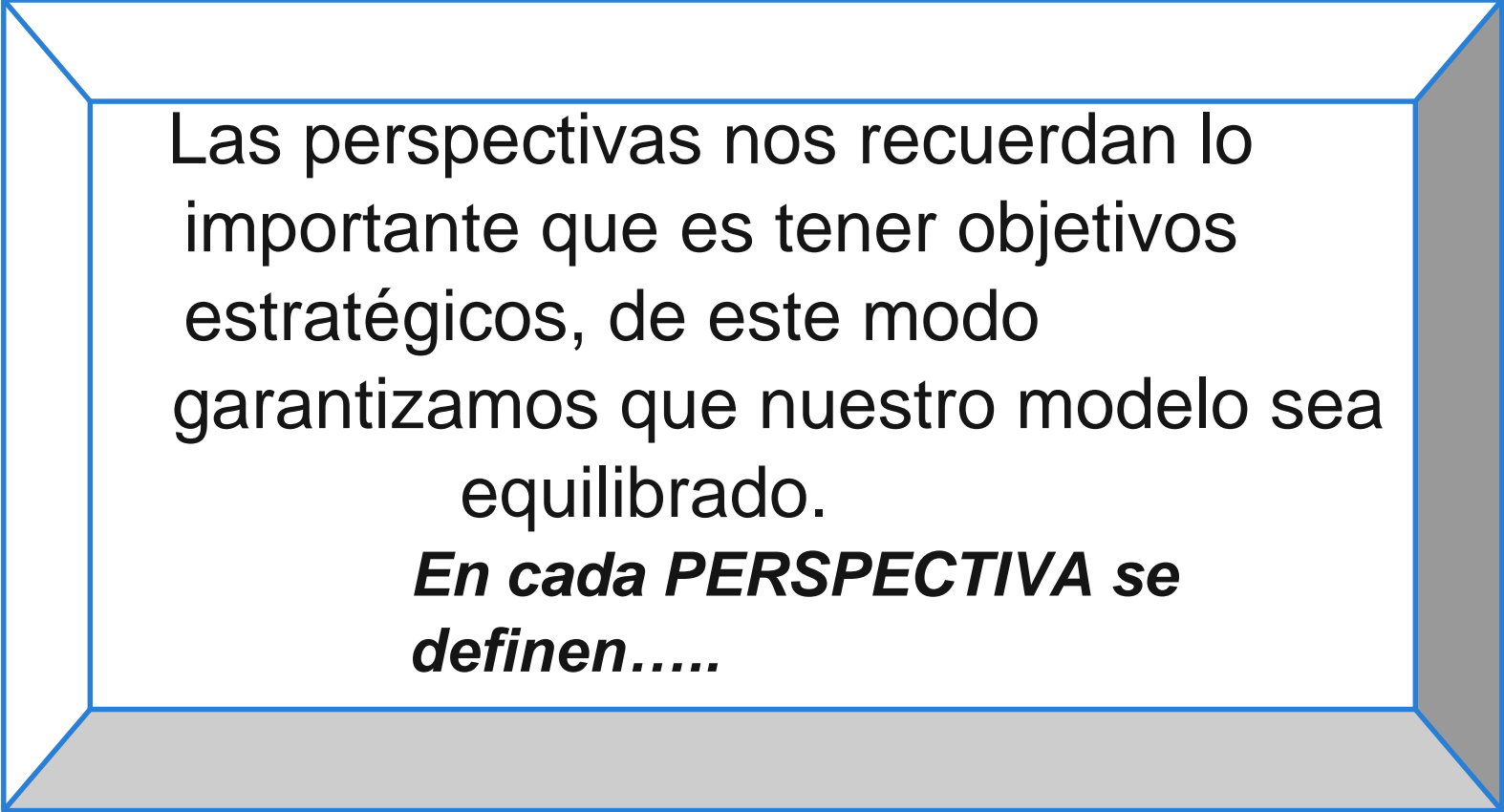


2. Consideraciones para elaborar Mapas Estratégicos

Perspectivas Adicionales

¿Sólo debe haber cuatro perspectivas?





Las perspectivas nos recuerdan lo importante que es tener objetivos estratégicos, de este modo garantizamos que nuestro modelo sea equilibrado.

En cada PERSPECTIVA se definen.....

Perspectivas...

Objetivos

Dirección deseada

¿Qué queremos?

Mediciones

**Control del nivel
de logro**

¿Cómo sabemos si
vamos bien?

Metas

Resultado esperado

¿Cuánto lograremos?

Medios

**Planes o proyectos
para lograr el objetivo**

¿Cómo lo lograremos?

**Planes de
acción**

**Implementación, avance
de Medios y aprendizaje**

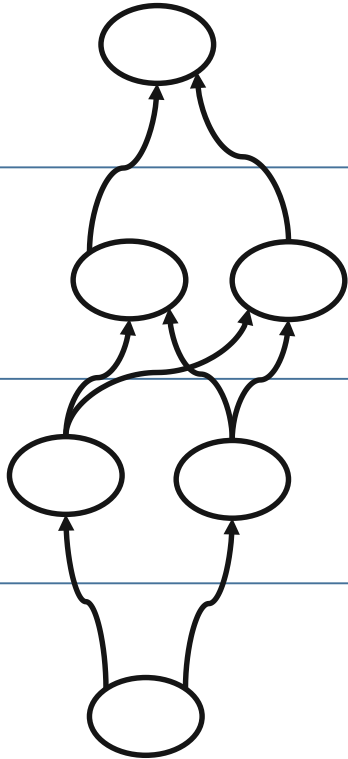
Acciones, productos,
tiempos, responsables
y recursos

Tips!

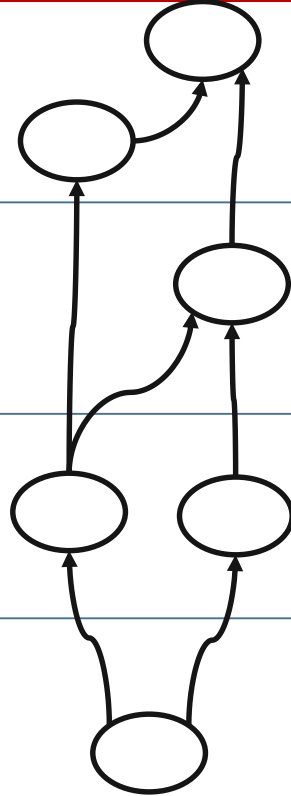
- ✓ Es recomendable **dividir** las estrategias en varios **temas concretos** denominados:
TEMAS ESTRATÉGICOS.
- ✓ Los ***Temas Estratégicos*** deben **reflejar** la visión de lo que se **debe hacer** internamente para alcanzar los:
RESULTADOS ESTRATÉGICOS.
- ✓ Cada uno de los ***Temas Estratégicos*** deben **proporcionar** un “pilar” para la estrategia.

Temas Estratégicos

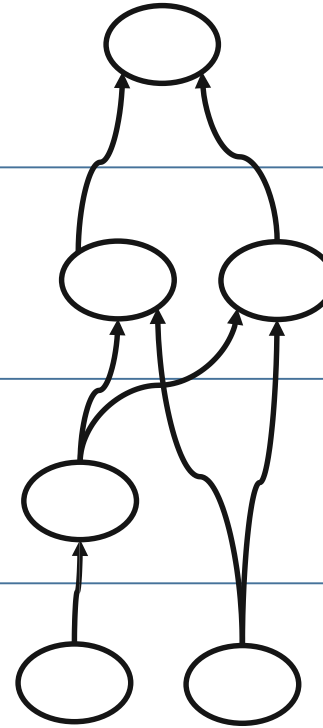
Construir una franquicia



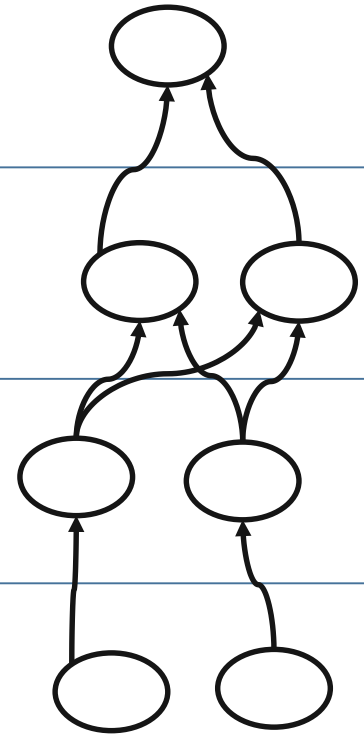
Incrementar el valor del cliente



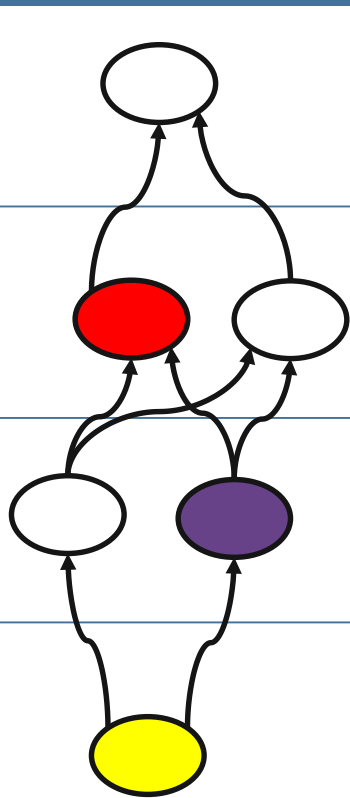
Alcanzar la excelencia operativa



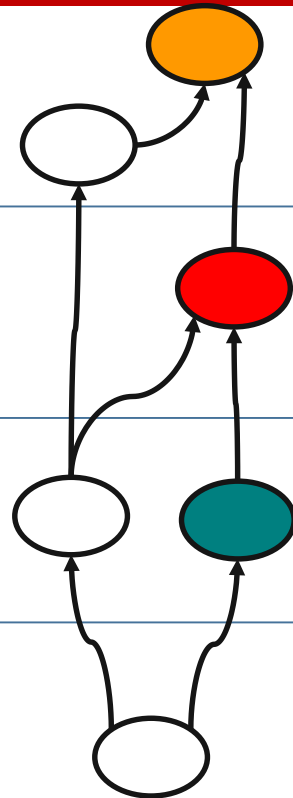
Ser buen ciudadano empresarial



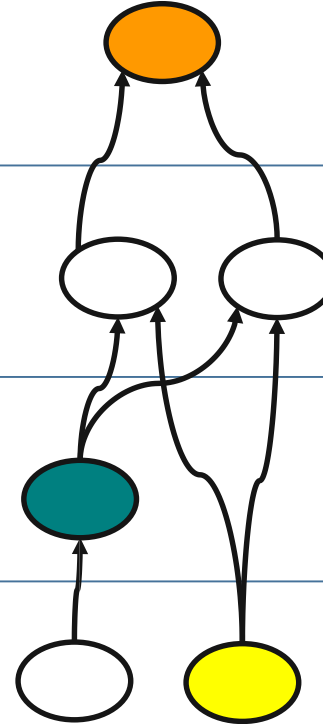
Construir una
franquicia



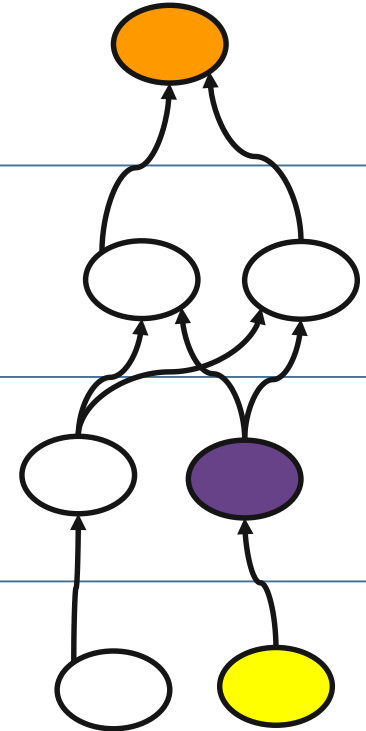
Incrementar el
valor del cliente



Alcanzar la
excelencia
operativa



Ser buen
ciudadano
empresarial

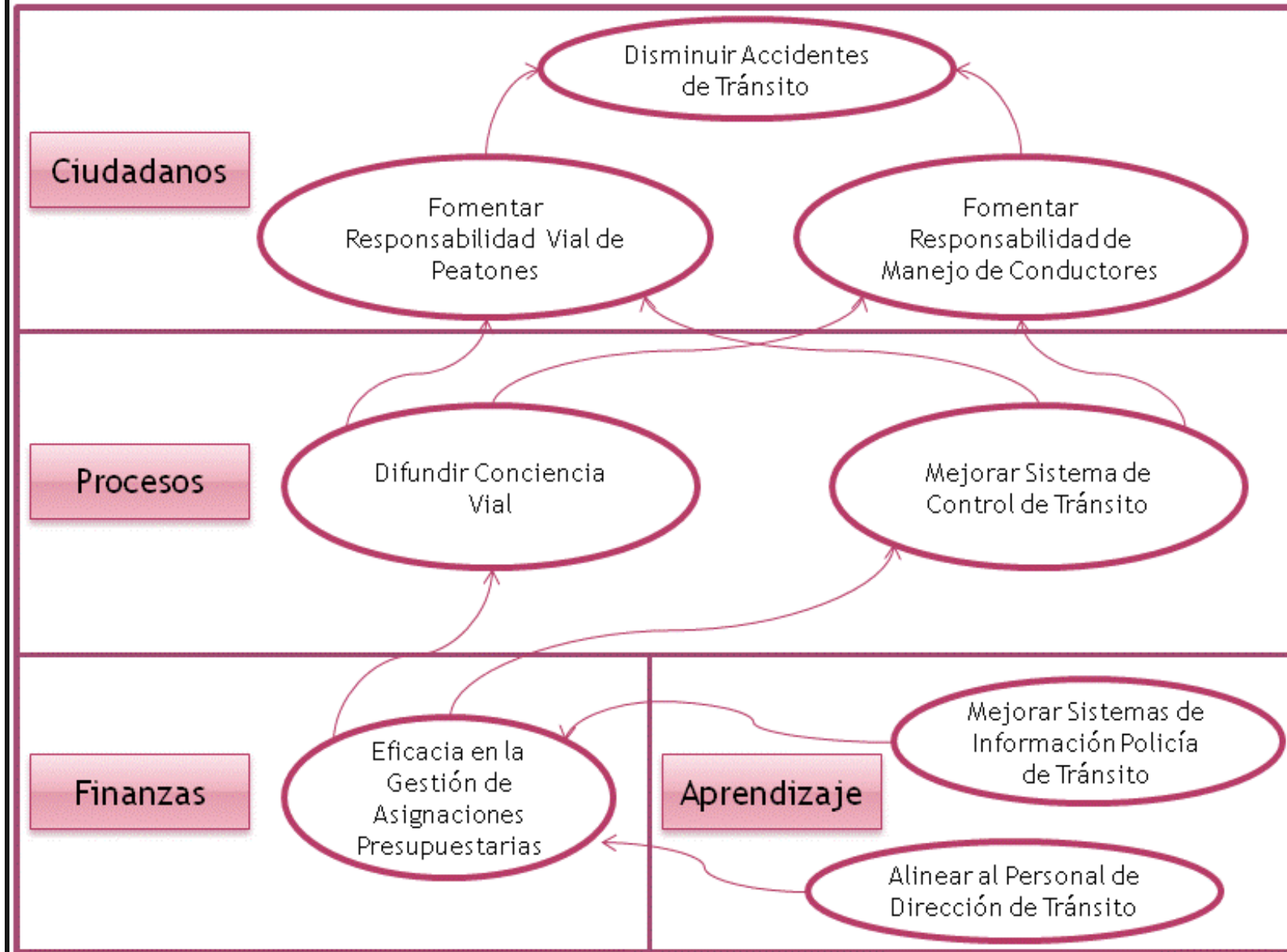


Instituciones no lucrativas

(ej. El Estado)



Seguridad Vial



3. Casos de éxito

Informe completo:

<http://www.tantum.com/tantum/articulo>



[s/pdf_n3/03_workshop_de_mapa_estrategico_p_guitart.pdf](#)



Mapa Estratégico Starbucks

Financiera

Clientes

Interna

Aprendizaje y crecimiento

F1. Maximizar el valor económico para los accionistas

- Margen neto de utilidad
- Precio por acción

F2. Incrementar ingresos nacionales e internacionales

- Facturación mercado doméstico
- Facturación mercado internacional

F3. Optimizar costos operacionales

- Costo de venta por local nacional
- Costo de venta por local internacional

C2. Aumentar negocios con clientes actuales y nuevos

- Locales operados por Starbucks nacional
- Locales operados por Starbucks internacional

C1. Ser la marca de café más reconocida y respetada del mundo

- Posición en el ranking de Best Global Brands
- Índice de Satisfacción de Clientes

Propuesta de valor

"Ofrecer una Experiencia de Compra Memorabile"

Excelencia en servicio

Calidad del café

Ambiente confortable

Variedad de bebidas

Marca

Excelencia operativa

P1. Mantener altos estándares de calidad en toda la cadena de valor

- Índice de calidad del café
- Índice de calidad de servicio

Innovación

P2. Innovar en productos y servicios

- # Productos & servicios nuevos lanzados
- Ventas de productos nuevos

Desarrollo de Mercados

P3. Desarrollar mercados internacionales y locales

- Apertura de locales en otros países
- Apertura de locales domésticos

Desarrollo de Marca

P4. Construir una identidad de marca atractiva para los productos, los locales y la compañía entera

- Imagen de la compañía

Capital Humano

A1. Contar con empleados competentes, comprometidos y motivados, promoviendo la diversidad

- Rotación de Personal
- Cobertura de habilidades estratégicas en posiciones clave
- Acciones otorgadas a empleados

Capital Organizacional

A2. Disponer de estructura organizacional (cultura y organización) que soporte la estrategia

- Clima laboral
- Disponibilidad de estructura organizacional

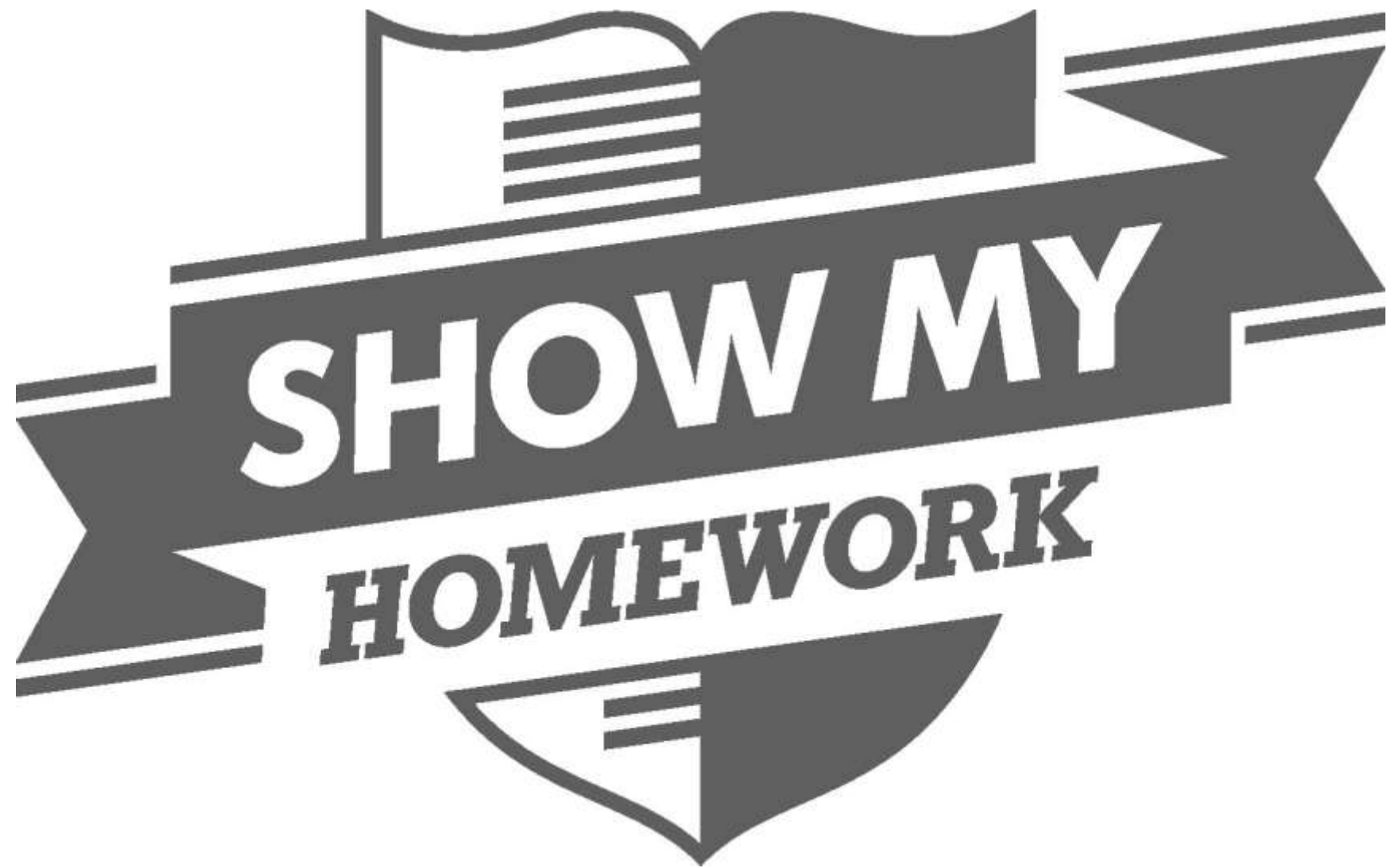
TEAM

<https://youtu.be/1rTcBjPAvC4>



*¿Qué pasaría sino
cumpla mis
obligaciones?*

- ❖ Construya un diagrama causa-efecto sobre sus obligaciones



Revisar y comentar

Presentación del mapa
estratégico de
CADIEEL

<https://youtu.be/dyU2n4m3Jxl>





Mapa Estratégico de Minera San Ramón

<https://youtu.be/jjj3rlvAPu4>
