



Universidad
Ricardo Palma



**Escuela de
Administración de
Negocios Globales**
Global Business Administration

PROGRAMA PLANEX – IPLAN

Ruta Exportadora



**Departamento de Programas y Proyectos
Multisectoriales**

Sub Dirección de Servicio y Asistencia
Empresarial

PlanEX

Ing. Carlos Shigyo Ortiz: Ingeniero Industrial y Maestro en Ingeniería Industrial (UNMSM), Jefe de Producto de ELECTROMICA SA; Consultor y Auditor en sistemas de Calidad ISO 9000, HACCP; profesor en la Escuela de Ingeniería Industrial UNMSM y URP.

CAPÍTULO 2

***PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN
ORGANIZACIONAL***



Lección 1

ANÁLISIS FODA



Cuatro Tipos de Estrategias

**Fortalezas
Oportunidades
Debilidades
Amenazas
(FODA)**



**Estrategias
*FO***

**Estrategias
*DO***

**Estrategias
*FA***

**Estrategias
*DA***



Matriz FODA

| | | |
|--|--|---|
| Deje en blanco | Fortalezas-F <i>Liste las fortalezas</i> | Debilidades-D <i>Liste las debilidades</i> |
| Oportunidades-O <i>Liste las oportunidades</i> | Estrategias FO <i>Use las fortalezas para tomar ventaja de las oportunidades</i> | Estrategias DO <i>Supere las debilidades tomando ventaja de las oportunidades</i> |
| Amenazas-A <i>Liste las amenazas</i> | Estrategias FA <i>Use fortalezas para evadir amenazas</i> | Estrategias DA <i>Minimice debilidades y evite amenazas</i> |



Lección 2

PLAN ESTRATÉGICO



Plan Estratégico y Plan Organizacional

“Mi empresa y las otras empresas...”

Análisis del Sector

Los negocios son de cambios constantes, y son objetos de muchas decisiones sobre los cuales se tienen un control limitado, con el fin de estar preparados a dichos cambios, es importante realizar una descripción de lo que se acontece tanto en el sector como en la competencia.



DIAMANTE DE PORTER

Descripción del Sector

Descripción de la Competencia



Plan Estratégico y Plan Organizacional

Diamante de Porter

Barreras de entrada

- Economías de escala.
- Diferencias de productos.
 - Identidad de marca.
 - Costo por reemplazo.
- Requerimientos de capital.
- Acceso a la distribución.
 - Ventaja de costo absoluta.
- Acceso a insumos.

Determinantes de Rivalidad

- Crecimiento de la industria.
- Costo Fijos / Valor Agregado.
 - Exceso de capacidad instalada.
- Diferencias de producto.
 - Identidad de marca.
- Diversidad de competidores.
 - Costos de reemplazo.
- Barreras de salida

Participantes
potenciales

Competidores
del Sector

Rivalidad
entre
empresas
existentes

Sustituciones

Compradores

Proveedores

Determinantes de amenaza de sustitución.

- Rendimiento del precio relativo de las sustituciones.
- Costo por reemplazo.
- Propensión de los compradores a la sustitución.

Poder de los proveedores

- Diferenciación de insumos.
- Concentración de proveedores.
- Importancia del volumen para los proveedores.
- Amenazas de integración hacia adelante.
- Presencia de insumos sustitutos.

Determinantes del poder de los compradores

Poder de Negociación

- Volumen de compradores.
- Información de comprador.
- Capacidad de integración hacia atrás.
 - Productos sustitutos.
- Concentración de compradores v/s concentración de empresas.

Sensibilidad del precio

- Precio/compra total.
- Diferenciación del producto.
- Identidad de marca.
 - Impacto de calidad / el rendimiento.
- Ganancia del comprador.
- Incentivos de quienes tienen la toma de decisión.

Plan Estratégico y Plan Organizacional

“Mi empresa y el contexto comercial...”

Análisis del Entorno

... Nos permite identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de nuestra empresa en los mercados internacionales. Si bien en el análisis del sector y competencia podemos identificar como nos encontramos respecto a las empresas del mismo sector, en el Análisis del Entorno logramos reconocer y aprovechar los acontecimientos que se presentan, administrar los factores riesgo, para así lograr con éxito nuestras actividades plasmadas en el plan de negocio exportador.

Un Análisis del Entorno implica el reconocimiento de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales, que son propios y que forman parte del complejo e inmenso contexto del comercio internacional, los cuales revelaran muchas de las influencias externas que pesan sobre el rendimiento del negocio.



FACTORES INTERNOS
"Fortalezas" y "Debilidades"



FACTORES EXTERNOS
"Oportunidades" y "Amenazas"



ORIENTACIONES ESTRATEGICAS
Y MODELO DE NEGOCIOS (Roles)

- ▶ **DESARROLLO DE MERCADO**
- ▶ **ASOCIATIVIDAD**
- ▶ **DESARROLLO DE PRODUCTO**
- ▶ **VALOR AGREGADO**
- ▶ **INSTITUCIONALIDAD**

- RESUMEN EJECUTIVO
- PLAN ESTRATEGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL
- ESTUDIO DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING
- DESCRIPCION DEL PRODUCTO E IDEA DE NEGOCIO
- ESTRUCTURA ORGANIZATIVA
- ANALISIS FINANCIERO Y PLAN DE FINANCIAMIENTO
- CONTINGENCIAS

1

2

3

4

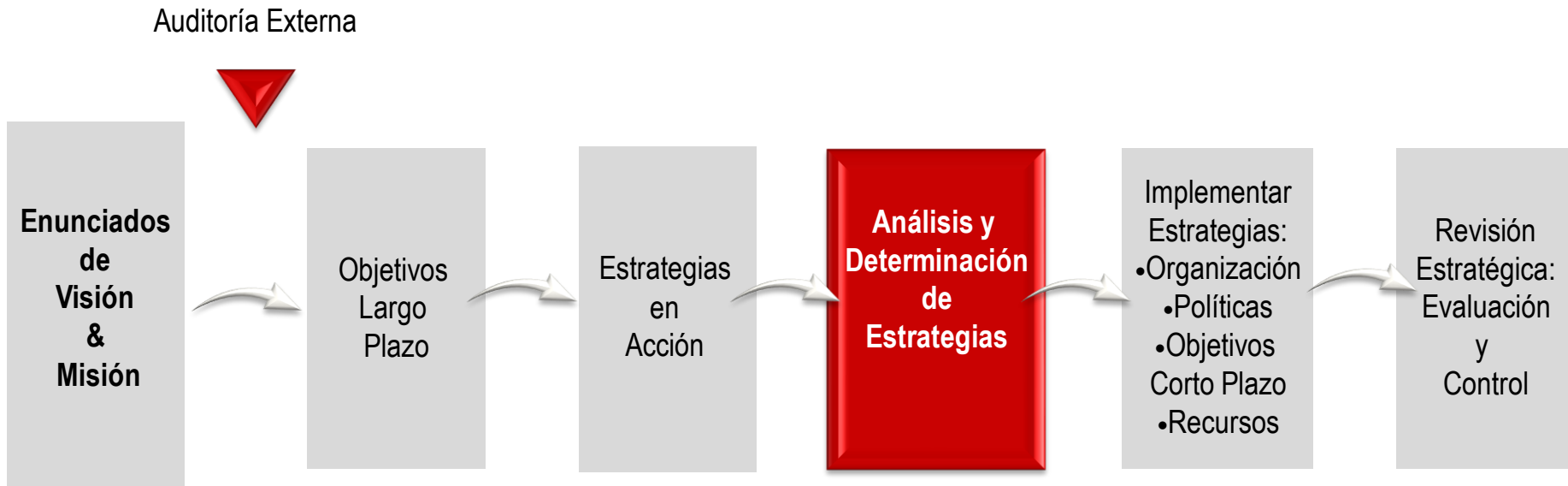
5

6

7



Modelo de la Gerencia Estratégica



FORMULACIÓN

IMPLEMENTACIÓN

CONTROL

Lección 3

PLAN ORGANIZACIONAL



PLAN ORGANIZACIONAL

El plan de la organización es el desarrollo del plan de RECURSOS HUMANOS, el cual permitirá obtener los PROCESOS necesarios para las convocatorias del personal que permitirá lograr el desarrollo de las estrategias establecidas.



Plan Estratégico y Plan Organizacional

“El Factor Humano en Mi Empresa”

Plan Organizacional.

El plan organizacional es el desarrollo del plan de recursos humanos, el cual permitirá obtener los procesos necesarios para las convocatorias del personal que permitirá lograr el desarrollo de las estrategias establecidas. La importancia del desarrollo del plan organizacional es desarrollar un cronograma de actividades que permitirá generar un control en las acciones que se realizarán en el plan estratégico del plan de negocio exportador. Este debe contener una descripción de la estructura del equipo y el personal, incluyendo el organigrama.

El elemento humano constituye uno de los recursos más importantes de una empresa y la delegación del personal en las estrategias que se realizarán es vital para el cumplimiento del plan de negocio exportador. Las organizaciones están conformadas por personas, de las cuales dependen para conseguir sus objetivos y cumplir sus misiones.



Plan Estratégico y Plan Organizacional

Plan Organizacional.



Organigrama

La organización funcional y jerárquica trata de estructurar de la forma más adecuada, los recursos humanos e integrar éstos con los recursos materiales y financieros, con el fin de aplicar eficazmente las estrategias elaboradas y los medios disponibles, para conseguir los objetivos propuestos.

El organigrama es el dibujo o esquema de la organización de los recursos humanos de la empresa, representa en forma gráfica las principales funciones y líneas jerárquicas en un momento concreto.

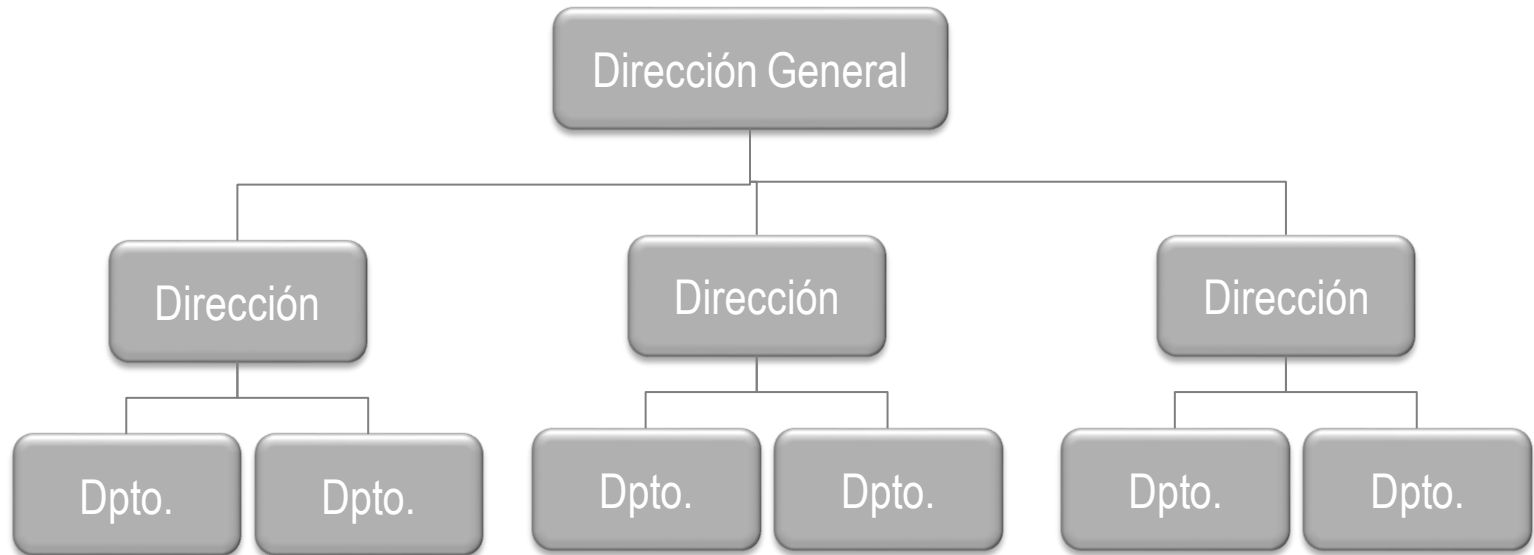


Plan Estratégico y Plan Organizacional

Plan Organizacional.



Organigrama



Plan Organizacional.

Equipo PLANEX – Perfil Empresarial

Empresa: _____

Identificación: _____

Área: _____

Cargo con la: _____

Cargo PLANEX: _____

Funciones: _____

Plan de Recursos Humanos

El Plan de Recursos Humanos contiene tanto el Programa para el Recurso Humano interno como externo. El procedimiento de identificación del personal interno está dividido en cuatro etapas :

- Tipo de Reclutamiento
- Tipo de Selección.
- Tipo de Inducción.
- Tipo de Capacitación.

Plan Estratégico y Plan Organizacional

Plan Organizacional.



Cronograma

Una vez realizado el plan de recursos humanos se procede a relacionar el chequeo de las actividades, con las estrategias del Plan de Negocio Exportador y las personas del equipo PLANEX , para así poder realizar el seguimiento respectivo del cumplimiento de estas. Dicho seguimiento se puede realizar por medio de un cronograma de actividades en el cual es posible detallar las fases si se está en la parte inicial, intermedia y final.

Diagrama de actividades: se sugiere realizar un diagrama que permita colocar los responsables de cada actividad, colocar las fechas de inicio de actividades y los días por concluir dicha tarea, así como las que faltan realizar , esto permitirá, tener un mejor seguimiento”.



Caso Plan Estratégico y Plan Organizacional

Empresa Alpaka Perú SAC

Alpaka Perú S.A.C., de Juan Perez, con RUC N° 20968657902, ubicada en la **Av. Gregorio 174** - Ate. Es una empresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de algodón y de alpaca. Dichos productos de alto valor agregado e innovadores diseños se consiguen en un proceso de calidad acreditada, fruto de más de **10 años** de experiencia participando en las ferias extranjeras de Europa, Canadá, para familiarizarse con la cultura, gustos y preferencias de los consumidores extranjeros

**“Experiencia participando en ferias ...
para familiarizarse con la cultura,
gustos y preferencias de los
consumidores extranjeros.”**



Caso Plan Estratégico y Plan Organizacional

Empresa Alpaka Perú SAC – Datos de Empresa

| | |
|--|------------------------------|
| Razón Social : | Alpaka Perú S.A.C |
| Nro. De RUC : | 20968657902 |
| Dirección : | Av. Gregorio |
| Departamento : | Lima |
| Provincia : | Lima |
| Distrito : | Ate Vitarte |
| Número de Teléfono : | 511-7777588 |
| Número de Fax : | 511-7777588 |
| Representante / Contacto: | Juan Perez |
| Dirección electrónica (email) : | jperez@alpaka Peru.com |
| Página Web de la empresa : | www.alpaka Peru.com |
| Fecha de Creación de : | 20/11/2001 |
| Actividad Económica : | Confección Prendas de Alpaca |
| Sector Económico : | Textil |

Cronograma de Actividades

| Actividad | Responsable | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | ... | Mes 12 |
|------------------|--------------------|--------------|--------------|--------------|-----|---------------|
| Tarea 1 | | | | | | |
| Tarea 2 | | | | | | |
| Tarea 3 | | | | | | |
| Tarea 4 | | | | | | |

