

<p>Título de la sesión: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA ÉPOCA DE RESTRICCIONES COVID</p>	<p>Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0</p>	<p>Fecha: 30/03/2021 Hora: 13h – 14:30 Duración Máx.: 1h. 30 min.</p>
<p>Objetivos de la sesión</p>		<p>Ponente Javier Jiménez Segura</p>
<p>Objetivos de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> Mostrar la importancia de la metodología de Planificación Estratégica en el ámbito de la gestión del negocio como forma de alinear misión, competencia y mercado. Dar a conocer el método de Planificación Estratégica. Mostrar herramientas para la implementación de la Planificación Estratégica y su uso. Destacar las principales funciones y competencias personales para la implementación de planes estratégicos. 	<p>Contenidos teóricos</p> <ul style="list-style-type: none"> Qué es la Planificación Estratégica y para qué sirve. Algunos conceptos de Planificación y Gestión por procesos. ¿Cómo se diseña un plan estratégico?: Etapas de la Planificación Estratégica. La situación de partida: la Misión (Propósito) y la Visión. Análisis Interno de la Organización y Análisis Externo del Entorno. Objetivos Estratégicos, Estrategias y Líneas de Actuación. Implementación y Ejecución del Plan Estratégico. Evaluación del Plan. El equipo humano: dirección y liderazgo, participación, cooperación y comunicación. El impacto de la planificación estratégica en la organización. 	<p>Actividades prácticas</p> <p>Se explican los conceptos de planificación estratégica y gestión por procesos. Se explica el proceso de planificación estratégica: Se trabajan con ejemplos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Papeles y competencias para el diseño y gestión de Planes Estratégicos. ✓ Herramienta para diseño de Planes Estratégicos. ✓ Herramientas para la implementación y ejecución del Plan Estratégico. ✓ Herramientas para la evaluación. <p>Pequeño debate sobre la importancia de la planificación estratégica en la organización en tiempos de COVID.</p>

Metodología

Partiendo de la exposición de conceptos, se atienden las dudas y comentarios para asegurar que queden claros.
Se trata de alinear los contenidos del taller con la realidad del mercado y las organizaciones, solicitando aporte de situaciones y problemas reales.
Se contrastan las funciones y competencias con la realidad de las personas participantes
Se trabajan de forma práctica las herramientas, solicitando participación y resolviendo dudas
Se genera un pequeño debate que facilite la participación, el aterrizaje y la Integración de contenidos

Recursos didácticos	Métodos didácticos	Materias vinculadas a la sesión
<ul style="list-style-type: none"> • Videoconferencia con comunicación en doble sentido • Chat para realizar aportaciones por escrito • Presentación PowerPoint • Mapas conceptuales e infografías • Parrilla de competencias • Herramientas de diseño, ejecución y evaluación • Mapa de procesos y Cuadro de Mando • Debate participativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de conceptos • Integración de conceptos a través de planteamiento de dudas y preguntas • Vinculación de contenidos con realidad de las organizaciones • Despliegue del método • Desarrollo práctico del método • Integración del método a través de la participación en el desarrollo • Integración de contenidos a través de un debate semidirigido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de actividades y proyectos • Planificación y Evaluación • Gestión económica • Gestión de personas • Márquetin

DESARROLLO DEL TALLER

Con este Taller se trata de mostrar la importancia de la metodología de Planificación Estratégica en el ámbito de la gestión del negocio como forma de alinear misión, competencia y mercado, esto es, de ajustar lo que pretendemos con lo que sabemos y lo que se puede hacer, especialmente en esta época en que la COVID ha variado las pautas de consumo de bienes y servicios y está influyendo en gran medida en la forma de llevarlos a los clientes. La Planificación Estratégica nos brinda un método para establecer prioridades, acciones para llevarlas a cabo y planificaciones a corto y medio plazo.

Para ello, en primer lugar se muestra el método de Planificación Estratégica, así como algunas nociones básicas de la Gestión por procesos que sitúen a las personas participantes en el marco de referencia. El espacio de dudas y preguntas brinda la oportunidad de que las personas participantes relacionen el método con la realidad de su emprendimiento, consoliden conceptos y se vayan introduciendo en el proceso.

A partir de aquí se trata de desplegar el método, desarrollando las diferentes etapas a través de ejemplos concretos y con herramientas prácticas que puedan vincularse a la realidad de las organizaciones y en cuyo desarrollo puedan participar las personas asistentes:

- **MISIÓN y VISIÓN:** pautas para definir las
- **ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO:** actividades e instrumentos, ejemplos
- **DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO:** Metas, objetivos y estrategias; Prioridades; Líneas de actuación; Programación; Sistemas de seguimiento, control y evaluación.
- **EJECUCIÓN:** herramientas de gestión y seguimiento del Plan. Mapa de procesos y Cuadro de Mando.
- **EVALUACIÓN:** momentos y tipos

Durante el proceso de trabajo se solicita la participación de las personas asistentes y se atienden dudas, propuestas y reflexiones. Al finalizar se pregunta a las personas participantes sobre las posibles aplicaciones prácticas del método, en especial a la hora de generar nuevos espacios de mercado.

A continuación se muestra una parrilla con las funciones necesarias y las principales competencias personales asociadas para la puesta en marcha de Planes Estratégicos, así como su importancia en el proceso, destacando los aspectos de dirección y liderazgo, participación, cooperación y comunicación. Estas funciones y competencias se someten a la opinión de las personas participantes.

Finalmente se desarrolla un pequeño debate semidirigido sobre la utilidad de la planificación estratégica y su impacto potencial en la organización en tiempos de COVID, especialmente en cuanto a la posibilidad de priorizar líneas de negocio, generar nuevas o adaptar algunas, de forma que facilite la participación, el aterrizaje y la Integración de contenidos.