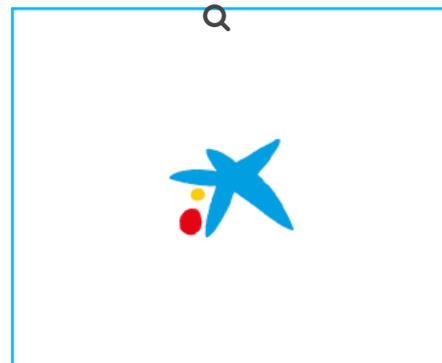
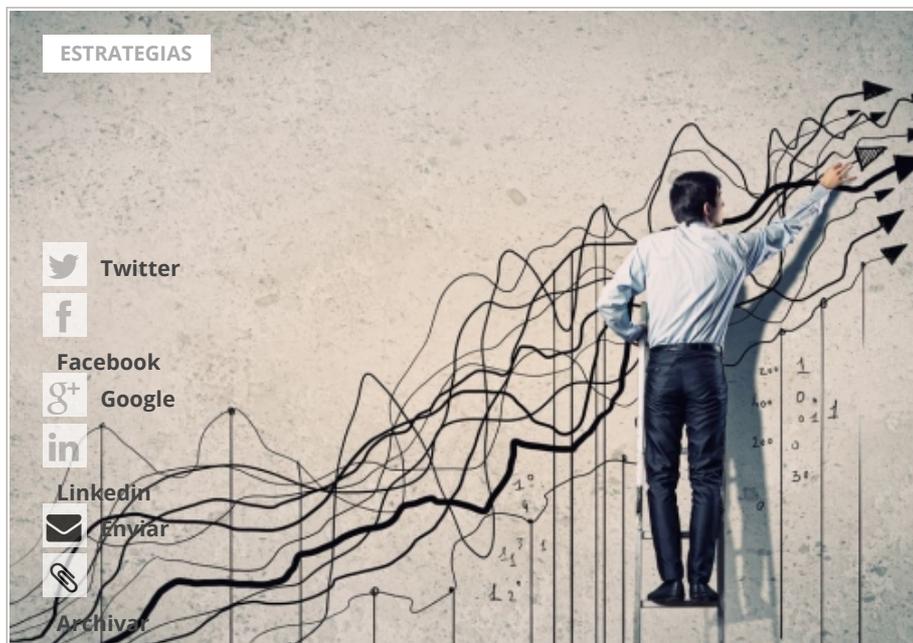


Plan estratégico también para la pyme

Por [ARGELIA GARCÍA](#) | 22 may. 2017



[Publicidad](#)

ARCHIVADO EN:
[*business plan*](#) [*plan de negocio*](#)

Caminar sin rumbo fijo es maravilloso en vacaciones y en nuestro tiempo libre, dejar que una organización vague sin destino viviendo el día a día que se presente puede ser peligroso. Y, sin embargo, es algo frecuente en pequeñas y medianas empresas.

Si queremos sobrevivir y que nuestro proyecto alcance sus metas, cualesquiera que éstas sean, necesitamos un plan. Preparar un plan estratégico es más sencillo de lo que parece, se trata de definir cuál es nuestro punto de partida, dónde deseamos ir y analizar cómo vamos a conseguirlo.

Empezaremos analizando nuestro negocio actual, para lo que conviene utilizar alguna metodología que nos permita conocernos bien; podemos hacerlo con un simple DAFO, utilizar un modelo Canvas o cualquier otra vía de reflexión, la cuestión es conocer bien el punto de partida.

El análisis nos permitirá detectar porqué algunos temas no son cómo queríamos y nos propondrá, de forma casi natural, puntos de mejora y nuevas opciones para nuestro modelo de negocio. Y así llegaremos a la visión del nuevo modelo que deseamos desarrollar.

Es muy posible que esta reflexión ponga de manifiesto diferentes formas de ver la empresa entre socios. Recuerdo una ocasión en que, mientras un socio planeaba la expansión, el otro pensaba en retirarse, y no se lo habían dicho. Parece un conflicto, pero no lo es, supone poner las cosas sobre la mesa y eso permite encontrar la mejor manera de dibujar todos los caminos. Hoy, después de algunos años, un socio está retirado y el otro acaba de abrir su cuarto punto de venta; y lo no menos importante, todo ha ocurrido en un entorno amigable.

En el momento en que visualizamos el destino empezamos a estar en condiciones de definirlo en sus detalles y elaborar un plan de acciones para llevarlo a cabo.

perder el foco.

La cuantificación de las acciones será básica para poder trabajar la viabilidad del proyecto, por una parte, *calendarizar* su ejecución en función de los recursos, así como para integrar la acción en el presupuesto anual cuando llegue el momento.

Por **ESTRATEGIAS** : práctica de ejecutar el plan estratégico es integrar las acciones en cada presupuesto anual, de forma que se incorporen a los objetivos del año y así impregnen el día a día de la empresa.

Para completar la efectividad nos gusta preparar un resumen ejecutivo de una sola página con las claves principales del plan:

-  **Twitter**
 - Los objetivos estratégicos (que limitaremos a un máximo de tres).
 - Las principales líneas de actuación.
 - La **Identidad** de quiénes somos y a dónde queremos ir (misión, visión y valores).

 **Google**
El resumen ejecutivo colgado en un sitio visible nos recuerda cada día dónde está el foco de nuestro quehacer diario, las acciones *aterrizan* la realidad y el seguimiento mensual nos confronta con lo que realmente estamos haciendo.

 **Enviar**

Ahora solo queda poner manos a la obra.

Archivar



ARGELIA GARCÍA

Socia de External Financial Management y autora de Tres preguntas para una gestión económica inteligente www.efinancialm.com

  [Sigue al autor](#)

Comentarios

[Acceda o regístrese para comentar](#)

Enviar comentario