

GLOSARIO - PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO C.P.C.E.C.A.B.A.

El **Planeamiento Estratégico** es la secuencia de acciones que desarrolla el CPCECABA a través de la cual se establece una determinada estrategia y la aplica para la determinación y el alcance de los objetivos propuestos.

Posee dos etapas claramente diferenciadas:

Etapa de **Formulación**, a través de la cual se diseña el Plan Estratégico

Etapa de **Implantación y Ejecución**, a través de la cual se ejecuta y se efectúan mediciones tendientes al monitoreo y verificación de su cumplimiento

GLOSARIO DE LA TERMINOLOGÍA APLICABLE AL PROCESO

MISIÓN:

Razón de existir de la organización. Propósito central para el cual funciona el CPCECABA

Misión C.P.C.E.C.A.B.A.

Jerarquizar nuestras profesiones en un marco ético y técnico desarrollando y cumpliendo con las previsiones legales y técnicas que regulan nuestro accionar y garantizando una mejora continua en todas las áreas de desarrollo profesional y personal, aportando al bienestar de la sociedad.

VISIÓN:

Expresa el futuro deseado por el CPCECABA. ¿Qué es lo que la organización quiere ser o en qué se quiere convertir?

Visión C.P.C.E.C.A.B.A.

Lograr el reconocimiento de las profesiones y del profesional en Ciencias Económicas, en su ámbito de actual como en la sociedad toda, y en el exterior, por su idoneidad y capacidad, respaldado por una Institución consolidada como referente obligado en la opinión pública, que lo enorgullezca y represente por su compromiso académico y social.

VALORES:

Son los principios válidos a través de los cuales se conduce la organización, generando un compromiso compartido y definiendo la cultura organizacional.

Valores C.P.C.E.C.A.B.A.

- *Integridad y Objetividad*
- *Rigor Científico y Académico*
- *Comportamiento Ético*
- *Búsqueda de la Excelencia*
- *Compromiso Social*

ESTRATEGIA:

Patrón o modelo de decisiones que determina o revela los objetivos y establece los planes necesarios para el logro de la VISION.

ANÁLISIS FODA – Fortalezas – Oportunidades – Debilidades – Amenazas

Herramienta de análisis utilizada para efectuar un diagnóstico integral de la situación actual de la organización, tanto en sus factores internos – Fortalezas y Debilidades- como

en sus factores externos – Oportunidades y Amenazas y es utilizada habitualmente para el desarrollo de los objetivos y el diseño del Plan Estratégico.

TABLERO DE COMANDO – BALANCE SCORECARD

“Transformando la estrategia en acción”

Herramienta de dirección utilizada para alinear las actividades de la organización a su visión y estrategia, midiendo en forma continua el grado de cumplimiento de los objetivos y mostrando sus resultados asociados.

Traduce la visión y la estrategia en objetivos e indicadores (mediciones) del desempeño de la organización.

El tablero de comando traduce la estrategia y ayuda al establecimiento de objetivos estratégicos estudiando a la organización en 4 perspectivas:

Perspectiva de Resultados / Financiera:

¿Qué objetivos financieros o de resultados debe perseguir la organización para ser exitosa?

En entidades sin fines de lucro, esta perspectiva se encuentra asociada a factores de sustentabilidad, productividad y crecimiento.

Perspectiva del Usuario / Matriculado:

¿Cómo nos deben ver los matriculados? ¿Estamos satisfaciendo sus necesidades?

Esta perspectiva se encuentra asociada a factores de satisfacción, retención y crecimiento de servicios a usuarios. Son los creadores de la “propuesta de valor” para el matriculado.

Perspectiva de Procesos Internos

¿En que procesos debemos destacarnos para ser los mejores?

Esta perspectiva tiene en cuenta tanto los procesos asociados a la gestión de operaciones (servicios de apoyo), como a los asociados con los matriculados (servicios directos). Considera también a la innovación (identificación de oportunidades) y a los procesos reguladores y sociales (medio ambiente, seguridad, salud, etc).

Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento

¿Cómo mantenemos el aprendizaje y la capacidad de cambio y mejoras?

Esta perspectiva tiene en cuenta los aspectos relacionados con:

- Recursos Humanos – Capacidades y Habilidades
- Sistemas de Información – Recursos Tecnológicos para apoyar la estrategia
- Cultura Organizacional – Motivación – Alineamiento - Trabajo en equipo.

Estos aspectos claves son la base para apoyar el resto de las perspectivas.

MAPA ESTRATÉGICO

Herramienta básica de representación visual del Tablero de Comando (Balance Scorecard) que permite implementar y comunicar la estrategia, basándose en el análisis de las 4 perspectivas anteriormente mencionadas y sus relaciones causa-efecto.

OBJETIVO ESTRATÉGICO de Largo Plazo (7 años) – Definidos por la Dirección

Declaración amplia y general del resultado deseado que se pretende alcanzar en el largo plazo, alineada a la visión general de la organización.

OBJETIVO GENERAL o TÁCTICO (Anual) – Definidos por la Dirección

Expresión más concreta del resultado que se pretenden desarrollar y alcanzar durante el año. Para su concreción, requieren del establecimiento de una serie de objetivos específicos u operacionales en cada una de las áreas de la organización

OBJETIVO ESPECÍFICO u OPERACIONALES (Anual) – Definidos por las Gerencias

Resultado concreto a alcanzar durante el año por cada una de las gerencias / áreas. Deben estar alineados a los objetivos generales y estratégicos de la organización y ser necesarios para su logro.

En todos los casos, estos objetivos deben ser:

- **S – Específicos** Deben especificar su contenido, ser precisos, sin generalizar
- **M – Medibles** Deben ser cuantitativos y expresar las metas esperadas
- **A – Alcanzables** Ser desafiantes, pero posibles de alcanzar teniendo en cuenta los recursos humanos, financieros, y tecnológicos, etc. y el tiempo necesario para cumplirlos.
- **R – Realista** Teniendo en cuenta los recursos humanos, financieros, Tecnológicos, etc.
- **T – Tiempo** Establecidos en el tiempo

Pueden referirse tanto a situaciones excepcionales requeridas para el año como al desarrollo de las funciones o tareas habituales del área.

META

Nivel de performance o mejora esperada como consecuencia del logro del objetivo

INDICADOR

Datos, esencialmente cuantitativos, que señalan como se encuentra un aspecto de la realidad que interesa conocer para medir la evolución y el alcance de un objetivo.

MÉTODO DE MEDICIÓN

Datos necesarios y cálculo a partir de la cual se medirá el indicador.

PLAN DE ACCIÓN

Secuencia de pasos intermedios o programa detallado para alcanzar las metas.

Cada objetivo específico debe establecer en todos los casos la meta propuesta, para luego posibilitar su forma de medición.