



Planificación Estratégica – Análisis PESTEL

Programa de Capacitación en Instrumentos y Metodologías de Planificación

Marcos Mora y Sebastián Leiva



Planificación Estratégica



Facultad de
Ciencias Agronómicas
UNIVERSIDAD DE CHILE

- Es un proceso sistemático para desarrollar e implementar planes para alcanzar los objetivos que se ha propuesto la organización
- Sirve también como una herramienta para tomar decisiones sobre cómo se está avanzando, mostrando el camino a seguir para alcanzar los objetivos establecidos.
- **Se comienza diagnosticando la situación actual** y luego se establecen las acciones para alcanzar lo esperado, en el mediano y largo plazo.



Pasos a seguir



Facultad de
Ciencias Agronómicas
UNIVERSIDAD DE CHILE

1. Definir la visión y misión de la organización
2. Realizar un análisis del medio externo – Análisis PESTEL + Porter
3. Realizar un análisis interno
4. Hacer un diagnóstico de la situación actual y en base a este formular objetivos
5. Elaborar un análisis estratégico
6. Hacer un análisis competitivo – FODA
7. Definir los objetivos, actividades y estrategias a ejecutar



Pasos a seguir

1. Definir la visión y misión de la organización
2. Realizar un análisis del medio externo – Análisis PESTEL + Porter
3. Realizar un análisis interno
4. Hacer un diagnóstico de la situación actual y en base a este formular objetivos
5. Elaborar un análisis estratégico
6. Hacer un análisis competitivo – FODA
7. Definir los objetivos, actividades y estrategias a

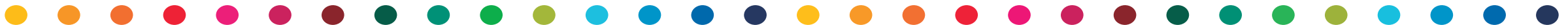
EJECUTAR EL PLAN



Definir la visión y misión de la organización

- **Misión:** ¿Cuál es la razón de ser de la organización?
 - ¿A qué nos dedicamos?
 - ¿Cuál es nuestro negocio?
 - ¿Cuál es nuestro papel en la sociedad?
 - ¿Quiénes son nuestros clientes?
 - ¿Qué nos hace diferentes?

¿Dónde estoy?



1

2

3

4

5

6

7



Facultad de
Ciencias Agronómicas
UNIVERSIDAD DE CHILE

Definir la visión y misión de la organización

- **Visión:** Visión a futuro de la organización. Un “sueño” **alcanzable**.
 - ¿Cómo nos vemos a corto, mediano y largo plazo?
 - ¿Cómo queremos ser reconocidos?

¿Para dónde voy?



1

2

3

4

5

6

7



Facultad de
Ciencias Agronómicas
UNIVERSIDAD DE CHILE

Realizar un análisis del medio externo

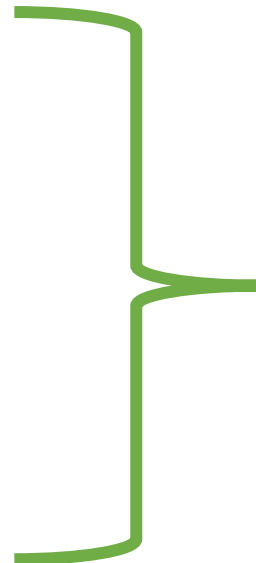
- Hay que tener siempre presente que el entorno está cambiando constantemente y cada vez más rápido.
- Por esto mismo, debe ir actualizándose.



Realizar un análisis del medio externo

- Entorno contextual – Análisis PESTEL (o PESTAL, en castellano)

Político
Económico
Social
Tecnológico
Ambiental
Legal



No siempre tienen aplicación los factores Ambiental y Legal, en esos casos se realiza un Análisis PEST.

1

2

3

4

5

6

7

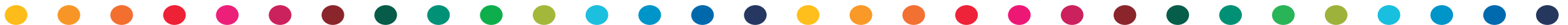


Facultad de
Ciencias Agronómicas
UNIVERSIDAD DE CHILE

Realizar un análisis del medio externo

- Entorno contextual – Análisis PESTEL (o PESTAL, en castellano)

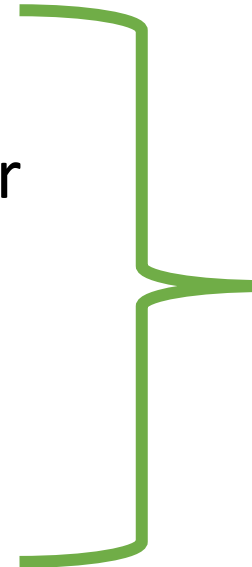
Permite identificar los riesgos/amenazas y oportunidades, para crear estrategias que minimicen los primeros , que permitan aprovechar las segundas o ambas (en la etapa 5)



Realizar un análisis del medio externo

- Entorno de las relaciones o el microambiente – Las 5 fuerzas de Porter

1. Poder de negociación del cliente
2. Poder de negociación del proveedor
3. Amenaza de nuevos competidores
4. Amenaza de productos sustitutos
5. Rivalidad entre los competidores



Con este análisis también se identifican Oportunidades y Amenazas

Realizar un análisis del medio externo

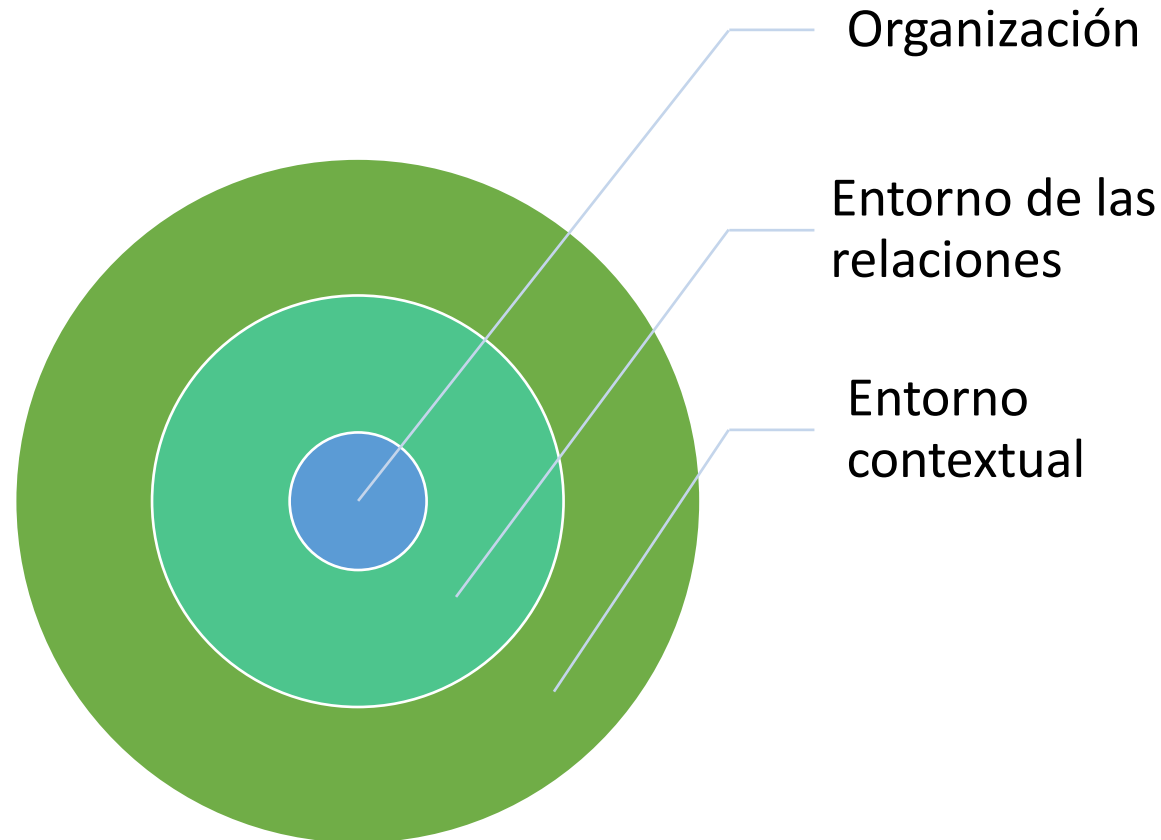
- Entorno de las relaciones o el microambiente – Las 5 fuerzas de Porter

1. Poder de negociación del cliente
2. Poder de negociación del proveedor
3. Amenaza de nuevos competidores
4. Amenaza de productos sustitutos
5. Rivalidad entre los competidores

Con este análisis también se identifican Oportunidades y Amenazas, las que se utilizarán en el paso 5



Realizar un análisis del medio externo



1

2

3

4

5

6

7



Facultad de
Ciencias Agronómicas
UNIVERSIDAD DE CHILE

Realizar un análisis interno

- El análisis interno nos entrega información sobre el estado de la organización y su capacidad para reconocer sus **fortalezas y debilidades**.



1

2

3

4

5

6

7



Facultad de
Ciencias Agronómicas
UNIVERSIDAD DE CHILE

Hacer un diagnóstico de la situación actual y formular objetivos

- ¿En qué situación nos encontramos como organización?
- ¿Cómo estamos ubicados en el entorno?
- ¿Con qué capacidades y recursos contamos?
- En base al diagnóstico anterior ya es posible establecer objetivos organizacionales, **los que deben ser realistas, claros y coherentes.**



1

2

3

4

5

6

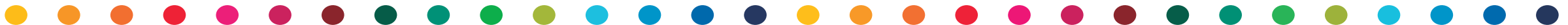
7



Facultad de
Ciencias Agronómicas
UNIVERSIDAD DE CHILE

Hacer un diagnóstico de la situación actual y formular objetivos

- **Objetivos:** A mediano y largo plazo.
- **Metas:** A corto plazo. Suelen constituir una actividad o parte de los logros necesarios para alcanzar uno o más objetivos.





Facultad de
Ciencias Agronómicas
UNIVERSIDAD DE CHILE

Elaborar un análisis estratégico

- En esta etapa ya contamos con la información el análisis del ambiente externo e interno de la organización, las capacidades y recursos con que cuenta y con ello podemos determinar su posición estratégica.



Hacer un análisis competitivo

- Analizamos el ambiente externo de relaciones, el ambiente externo contextual y el ambiente interno.
- Ya conocemos las amenazas y oportunidades del ambiente externo y las fortalezas y debilidades de nuestra organización (ambiente interno).
- El análisis FODA, ordena estos cuatro componentes en una matriz, sintetizando información relevante y precisa, para enfrentar un mercado concreto.



Hacer un análisis competitivo – Matriz FODA



1

2

3

4

5

6

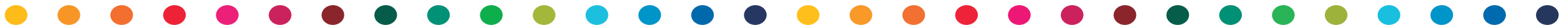
7



Facultad de
Ciencias Agronómicas
UNIVERSIDAD DE CHILE

Definir los objetivos, actividades y estrategias a ejecutar

- Revisar los pasos anteriores
- De acuerdo con la visión y la misión, y el análisis del medio externo e interno, debemos revisar si los objetivos identificados previamente apuntan en la dirección correcta.



Definir los objetivos, actividades y estrategias a ejecutar

- **Objetivos:** Los objetivos de la organización fueron definidos en el paso 4. En esta etapa toca formular objetivos más específicos para la planificación estratégica.
 - ❖ Los objetivos organizacionales toman la **organización como un todo**.
 - ❖ Los objetivos específicos toman **elementos de la organización**.
 - ✓ Objetivos por proceso
 - ✓ Objetivos por sucursal
 - ✓ Objetivos por departamento...



Definir los objetivos, actividades y estrategias a ejecutar

- **Objetivos:** Los objetivos de la organización se definen en el paso 4. En esta etapa toca formularlos específicos para la planificación estratégica
 - ❖ Los objetivos se definen como un **todo**.
 - ❖ Los objetivos se definen como un **todo** para la organización.
 - ✓ Objetivo de la organización
 - ✓ Objetivo de departamento
 - ✓ Objetivos de departamento...

El número de niveles de objetivos depende de la complejidad de la estructura de la organización.



1

2

3

4

5

6

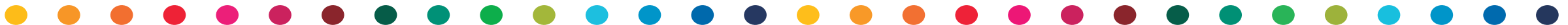
7



Facultad de
Ciencias Agronómicas
UNIVERSIDAD DE CHILE

Definir los objetivos, actividades y estrategias a ejecutar

- **Actividades:** Corresponden a acciones que hay que realizar para lograr un objetivo.
- Cada objetivo lleva aparejado un plan de acciones.
- Las acciones deben especificar: Descripción, responsable de ejecutarla, presupuesto asignado y plazo de ejecución (o fecha de entrega)



1

2

3

4

5

6

7

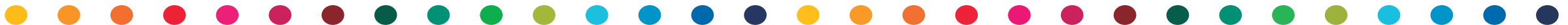


Facultad de
Ciencias Agronómicas
UNIVERSIDAD DE CHILE

Definir los objetivos, actividades y estrategias a ejecutar

- **Actividades para el siguiente objetivo:**

“Establecer rápidamente un canal de comercialización digital al detalle, en la Región de Coquimbo, para la venta de hortalizas de alta calidad y diferenciación”.





Facultad de Ciencias Agronómicas
UNIVERSIDAD DE CHILE

Definir los objetivos, actividades y estrategias a ejecutar

Actividad	Descripción	Encargado	Presupuesto	Plazo
1	Crear un sitio web con la información de los productos y venta por Internet.	Ing. Informático José Moya	\$300.000	2 meses. Fecha límite 20 de agosto del 2022
2	Dar a conocer los productos y tienda e-commerce (sitio web) al público objetivo, mediante publicidad dirigida geográficamente por RRSS	CM Publicista Rafael Pérez	\$250.000	6 meses. A contar del 20 de agosto del 2022
3





Fundación para la
Innovación Agraria



Planificación Estratégica – Análisis PESTEL

Programa de Capacitación en Instrumentos y Metodologías de Planificación

Marcos Mora y Sebastián Leiva

