



**PLANIFICACION ESTRATEGICA CPC – CONFEDERACIÓN ARGENTINA DE PYMES CONSTRUCTURAS 2016
IGUAZU – MISIONES – ARGENTINA –
26 Y 27 de Mayo de 2016**

INFORME

FICHA TÉCNICA

Título del taller	TALLER DE PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO CPC - CONFEDERACIÓN ARGENTINA DE PYMES CONSTRUCTURAS	
Objetivo	Construir el Planeamiento Estratégico de CPC	
Instituciones participantes	CONFEDERACIÓN ARGENTINA DE PYMES CONSTRUCTURAS	
Fecha	26 y 27 de Mayo de 2016	
Localidad	Puerto Iguazu - Misiones – Argentina	
Horarios	09h:00 - 18h:00	
Moderación	Paula Andrea Fleitas Rogerio Borges Schwanck	
Responsables por la elaboración del informe	Paula Andrea Fleitas Rogerio Borges Schwanck	
Versión	Original	Uso: CONFIDENCIAL

a) Presentación

PROGRAMA DE APERTURA DEL TALLER:

- Presentación del Taller
- Explicación de la técnica de visualización
- Fichas de expectativas y presentación personal
- Dinámica de presentación de los participantes.
- Presentación de la metodología
- Revisión de la: Misión, Visión, Valores
- Revisión de Público de Interés
- Puntos fuertes y débiles
- Revisión de los Ejes Estratégicos
- Matriz de Planificación
- Evaluación del Taller

INFORME

b) Objetivo del taller

Construcción de la Planificación Estratégica de la CONFEDERACIÓN ARGENTINA DE PYMES CONSTRUCTURAS

c) Metodología utilizada

Etapas del taller:



Etapa I: CONOCIMIENTO

Objetivo: Presentación de los participantes, nivelación de informaciones y conocimiento sobre la metodología utilizada (enfoque participativo y técnica de visualización), consenso sobre el objetivo del taller.

Método: Expositivo y dialogado

Etapa II: CONSTRUCCIÓN POR CONSENSO

Objetivo: Realización de actividad de revisión de la misión, visión, valores, públicos de interés y las fortalezas/fragilidades, amenazas/oportunidades, definición de ejes estratégicos.

Método: Enfoque participativo

Etapa III: EJECUCIÓN

INFORME FINAL

Objetivo: Elaboración del mapa de acciones para ejecución.

Método: Enfoque participativo

d) Participantes

Nombre	Empresa	Expectativas
Victoria Zibecochi	CAMECA	Posicionamiento de CAMECA Y CPC
Silvina Lazarte	CAMECA – FPCNEA - CPC	1) Planificar Estructurar CPC para que las PYMES constructoras tengan futuro 2) Fortalecimiento crecimiento y planeamiento estratégico CPC
Gustavo Soto	CAMECA	Fortalecer Identidad CPC
Coco Mattar	APy MEC	Aprender para incorporar conocimientos para la CPC
Jorge Banchik (YOYO)	Cámara Salteña	1) Hacer plan estratégico 2) Ver los objetivos 3) Sacar las virtudes
Rene Cerqueiro	APYMEC	Encontrar camino a seguir próximos dos años
Pablo	CPC Delegación SALTA	Insertar a la CPC a nivel nacional
Pedro	Cámara Gutenh	Fijar un rumbo y camino para CPC
Oscar Kunz	CAMECA - CPC	CPC cumpla las expectativas de nuestras empresas
JoséMaria	APYMEC	Colaborar con la construcción del plan estratégico
Fernando RaulButiuk	CAMECA	Aprender, Fortalecer, crecer
Marcelo Villanueva	Cámara Jujeña de la Construcción	Lograr Plan Estratégico ayude orientar para cumplir la misión
Rene Zahellato	APyMEC Chaco	Incorporar conocimientos
Francisco Anzola	APYMEC – FPCNEA – CPC	Insertarnos en los planes de obras publicas
Mario Cabanillas	Cámara Salteña de la Construcción	Definir Plan. Estratégico CPC para lograr objetivos

INFORME

Carlos Villanueva	Cámara Jujeña de la construcción	Definir el rumbo y objetivos de CPC
Octavio Augusto Zibecchi	CAMECA CPC	Marcar rumbo
Daniel Mafud	Camara Tucumán de la Construcción	Colaborar en la planificación y desarrollo de la CPC
Rene Zampar	APYMEC	Encontrar el canal de comunicación con el gobierno

Etapa II: CONSTRUCCIÓN POR CONSENSO

Objetivo: Realización de actividad de revisión de consenso de la misión, visión, valores, públicos de interés y las fortalezas/fragilidades, amenazas/oportunidades, definición de ejes estratégicos.

Método: Enfoque participativo

VISION

“Ser la institución líder del sector de las PYMES constructoras de la República Argentina”

MISION

“Somos una institución que contiene y representa genuinamente las inquietudes y demandas del sector de las PYMES Constructoras a través de la consolidación de un espacio de participación que mejore su marco de desarrollo.”

VALORES Y PRINCIPIOS

CREDIBILIDAD – LEALTAD – INSTITUCIONALIDAD – COMPROMISO – RESPONSABILIDAD – SOLIDARIDAD – RESPETO – EQUIDAD – ACTITUD –
ETICA – ASOCIATIVIDAD – CREATIVIDAD – HONESTIDAD - INCLUSION



INFORME

En la segunda fase se definió por consenso el público de interés, con la conceptualización y explicación de la importancia de la definición de los sectores, personas o grupos

PUBLICO DE INTERES

INSTITUCIONES	INTERÉS	POTENCIALIDAD	LIMITACIONES
<p>SECTOR PÚBLICO</p> <p>PLAN BELGIONO MINISTERIO DEL INTERIOR MINISTERIO DE EDUCACIÓN MINISTERIO DE TRANSPORTE AFIP MINISTERIO DE TRABAJO SECTOR ENERGETICO MEDIO AMBIENTE MINISTERIO DE MINERÍA</p>	<p>DECIDEN LOS PLANES DE OBRAS PÚBLICAS DECIDEN LOS PROGRAMAS FLEXIBILIDAD FACILIDAD DE PAGO HYS CONVENIO</p>	<p>ORIENTAR QUE LOS PROGRAMAS SE ADECUEN AL SECTOR ORIENTAR A LAS NECESIDADES DE CADA REGIÓN ESTAR EN SITUACION REGULAR PARTICIPAR EN DECISIONES</p>	<p>FALTA DE RECONOCIMIENTO A LA CPC LIMITACIONES POR ORGANISMOS INTERNACIONALES LA OBRA NO ES LA PREOCUPACIÓN PRINCIPAL FALTA DE CONOCIMIENTO INTERNO DE LOS LICITADOS POLITICA DE GOBIERNO FALTA INFORMACIÓN INTERNA</p>
<p>SECTOR PRIVADO</p> <p>PROVEEDORES BIENES Y SERVICIOS ENTES PRESTATARIOS DE SERVICIOS ENTIDADES FINANCIERAS CLIENTES COMPAÑÍAS DE SEGUROS</p>	<p>MEJORES CONDICIONES COMERCIALES ASESORAMIENTO TECNICO Y CAPACITACION PLANIFICACIÓN MEJORES CONDICIONES CREDITICIAS INVERSION MEJORES CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN</p>	<p>ALIADO ESTRATEGICO PLANEAMIENTO URBANO DESARROLLO SUSTENTABLE PROYECTOS INMOBILIARIOS DINAMIZACION DE LA ECONOMIA POTENCIAL INVERSOR</p>	<p>ASIMETRIAS REGIONALES EXTENSION TERRITORIAL FALTA DE RECURSOS REALIDAD MACRO ECONOMICA RESPALDO</p>
<p>- SECTOR DEL CONOCIMIENTO</p> <p>MINISTERIOS DE CIENCIAS Y TECNOLOGIA MINISTERIO DE EDUCACIÓN CONSULTORIAS CPC</p>	<p>ADQUISICION DE CONOCIMIENTOS, CAPACITACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGIAS INTERNO Y EXTERNO ASESORAMIENTO INTEGRAL EN MARKETING, TECNOLOGIA, ECONOMIA, TECNICAS CONSTRUCTIVAS</p>	<p>PLUS DE COMPETITIVIDAD Y OPORTUNIDAD GENERACION DE OBRAS</p>	<p>- RECURSOS ECONOMICOS Y HUANOS -</p>

INFORME

	VAS, MATERIALES GENERACIÓN DE PROYECTOS		
<p>- <u>SECTOR SOCIAL</u></p> <p><i>CAC</i></p> <p><i>UOCRA</i> <i>UECARA</i></p> <p><i>IERIC</i></p> <p><i>CAME</i></p> <p><i>CAMARAS COMERCIO</i> <i>OTRAS CAMARAS</i></p>	<p>BUSCAR COSAS EN COMUN DIALOGO RECONOCIMIENTO INSTITUCIONAL PARTICIPACIÓN EN PARITARIAS</p>	<p>MEJORAR GESTION LOGRAR O ALCANZAR OBJETIVOS</p>	<p>EGOISMOS SECTORIALES - NO RECONOCIMIENTO COMO REPRESENTANTES/REFERENTES PYMES CONSTRUCTORAS NOS VEN COMO UNA AMENAZAS</p> <p>NEGOCIOS COMPARTIDOS UOCRA – CAC FALTA RECONOCIMIENTO</p> <p>NEGOCIO COMPARTIDO UOCRA-CAC</p>

INFORME

<p><i>CAMARAS Y FEDERACIONES INTERNAS</i></p>			<p> PERDIDA IDENTIDAD CPC NUESTROS PREJUICIOS FALTA LEALTAD FALTA RRHH QUE DESARROLEN RELACION RECURSOS HUMANOS RECURSOS ECONOMICOS AUSENCIA VALOR RESPECTO PERSONAS E INSTITUCIONES FALTA EFICACIA Y EFICIENCIA DE COMUNICACIÓN INTERNA FALTA VALORACIÓN CPC TEMOR A BRINDAR INFORMACION FALTA COMPROMISO DESINTERES </p>
---	--	--	--

FODA: FORTALEZAS-OPORTUNIDADES-DEBILIDADES-AMENAZAS

FORTALEZA	OPORTUNIDAD	DEBILIDADES	AMENAZAS
<p> <i>AFINIDAD IGUALDAD INTERESES COMPROMISO REALIDADES SEMEJANTES AUTENTICIDAD REPRESENTATIVA UNIDAD OBJETIVOS PLAN ESTRATEGICO RED DE CONTACTO INSTITUCIONALIDAD CREATIVIDAD E INNOVACIÓN CONSOLIDACION INTERNA</i> </p>	<p> <i>INTEGRACION FINANCIAMIENTO COMUNICACIÓN PARTICIPAR EN AMBITOS DE DECISION EN VIRTUD DE LA APERTURA POLITICA INSERION FEDERAL POLITICA INSTITUCIONAL CAMBIO ARADIGMA</i> </p>	<p> <i>RECONOCIMIENTO PROPRIO GESTIÓN COMPROMISO COMUNICACIÓN RECURSOS HUMANOS E ECONOMICOS RESPUESTAS ESTRUCTURA COMPARATIVO FRAGILIDAD INTISTUCIONAL CPC BIENESTAR PARTICULAR</i> </p>	<p> <i>RECESION ECONOMICA + INFLACION ETC (INCREMENTOS MACROS) POLITICA DE ESTADO QUE NO INCLUYAN A LAS PYMES FRAGILIDAD INSTITUCIONAL CPC QUE SE FORMEN OTRAS INSTITUCIONES A LAS PYMES EXTENSION TERRITORIAL REPUBLICA ARGENTINA. POLITICA AMIGUISTA ORGANISMOS INTERNACIONALES ORIENTADOS A GRANDES EMPRESAS</i> </p>

INFORME

-En la cuarta fase del análisis se revisaron ejes estratégicos. Conceptualización y explicación de la metodología.



e) Etapa III: EJECUCIÓN

1. **Objetivo:** Definición de las acciones que serán ejecutadas hasta fines de 2018 con sus respectivos indicadores, metas, responsables y plazos para la ejecución y recursos.
 2. **Método:** Enfoque participativo.
-

INFORME

MATRIZ ESTRATEGICA 2016/2018

EJES ESTRATEGICOS	METAS	ACCIONES	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS	INDICADOR/RESULTADO	
FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL (ZAMPAR RENE)	Ser líder y referente del sector Pymes Constructoras	Marketing para funcionarios reconozcan CPC;	CAME: Villanueva y Carlos	01/01/2020	¿?	Presencia medios nacionales 1Xmes	
		Participación en eventos CAME y Tucuman;	TUCUMAN: Mafud Y Daniel	30/06/2016	CAME – SPONSORS - RRHH		
		Que cada cámara local posicione a la CPC c/608. Pcial.	LAZARTE, Silvina	30/06/2017			
	Ingreso de 3 regiones que faltan	Buscar info listado cámaras construcción X Región/Pcia:	ZAMPAR RENE			RRHH	Ingreso regiones Ingreso camaras
		a) Buenos Ayres					
		b) Centro					
		c) Cuyo					
		Marketing (carpetas – presentación, tarjetas, etc.)					
Visitar regiones e interactuar personalmente	30/06/2016	\$ 5.000					
CAME: Articulador de red de contactos	30/03/2017	\$ 180.000					
Diseño estratégico como vendernos para convencer	30/06/2016	RRHH – Tecnológico (web, Facebook, etc)					
				30/06/2016	RRHH		

INFORME

EJES ESTRATEGICOS	METAS	ACCIONES	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS	INDICADOR/RESULTADO
FINANCIAMIENTO CPC	Lograr sustentabilidad económica y financiera hasta diciembre 2017	Cobro cuota social a cámara – Federación	Designar colaboradores por cámara	HOY	Recursos Humanos	Variación de ingreso (sustentabilidad)
		Cobro aporte empresa. Gestión directo		Diciembre 2016		
		Patrocinio Cia de seguros.		Junio 2017		
		Patrocinio Proveedores		En función comisión políticas publicas		
		Organismos internacionales crédito (BID, etc.)				
Ministerio de la Producción de la Nación						
Aporte extraordinario empresario (CPC)						

EJES ESTRATEGICOS	METAS	ACCIONES	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS	INDICADOR/RESULTADO
Comunicación y TIC	Generar sentido de pertenencia con socios Cámaras Fortalecimiento de la comunicación externa	Generar 1 parto de prensa X semana	Ar. Sandro Misurillo	Implementación: 3 meses (30/08/2016)	\$ 10.000/mês	Facebook (amigos) - Cantidad y calidad
		Contratar 1 generador de contenidos				
		Contratar 1 periodista para difusión en medias				
		Base de Datos empresas, funcionarios, proveedores e instituciones internas				
		Solicitar a las instituciones intermedias que se repliquen correos a sus bases de datos.				
Cada Cámara generará 1 parte de prensa nacional	Gerentes de Cámaras y Federaciones	Resultados: 3 meses (30/11/2016)	Inversión inicial \$ 10.000	Cantidad de emisión anual de cada cámara		
Generación de la Información		31/12/2016		Que secretaria ejecutiva llame 2 socios de cámaras por mês y haga encuesta Ej.: conoce CPC? Recibió última info?		
Direccionamiento adecuado de la comunicación a un costo accesible						

INFORME

EJES ESTRATEGICOS	METAS	ACCIONES	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS	INDICADOR/RESULTADO
Participación en el diseño de Políticas Publicas	Incrementar los programas a escalas para las pymes constructoras	Lograr integrar la comisión de conc. De O.P. y Viv. (102/16)	Pablo Movsovich	Agosto 2016	Red de Contactos	Indicador CPC
		Lograr generar comisión de trabajo en Plan Belgr.	Colaborador (P. Beloz) Daniel M.	Agosto 2017	Secretaria Oficina	
	Ministerio Educación Comisión de Trabajo	Pasajes: 4 y viticos Hotel: 8				
	Lograr participar en las paritarias de la construcción	Vialidad Nacional Comisión trabajo Secr. Minería Secr. Energia Comisión trabajo Contacto con Ministerio trabajo	Colaborador YOYO	Agosto 2017	\$ 10.000 Viáticos vários Humano	Cumplir Objetivo participar

INFORME

Evaluación final

- Todos los participantes se manifestaron conformes con la metodología y con el intercambio de ideas y la construcción en equipo

Conclusiones y Recomendaciones

- Las dos jornadas se desarrollaron con normalidad, con amplia participación y debate en cada consigna. No obstante se recomienda trabajar en profundidad la matriz estratégica.
 - Difundir la Visión, Misión y Valores construidos participativamente
 - Considerar el gerenciamiento externo de la planificación para hacer la coordinación y seguimiento de las acciones definidas, completar actividades e incluir indicadores de resultados
-