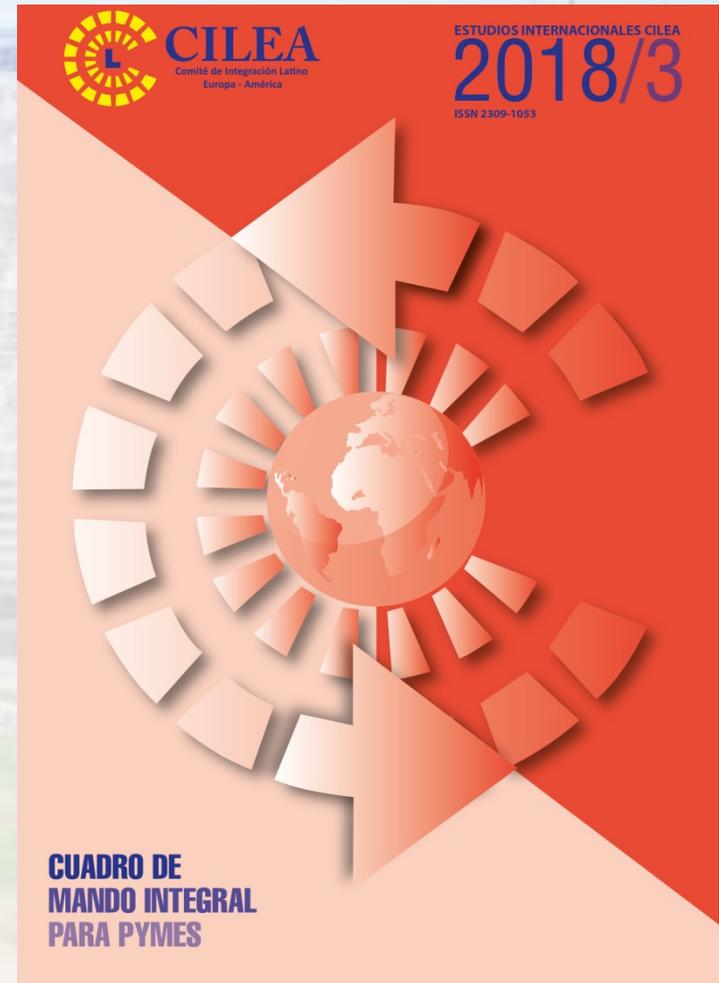




# “CUADRO DE MANDO INTEGRAL PARA PYMES” DEL CILEA - UN ENFOQUE PRÁCTICO

## EXPOSITOR:

**Jaime Íber Alfaro Aliaga,**  
Coordinador Técnico del “CMI para PYMES”  
del CILEA (Argentina)



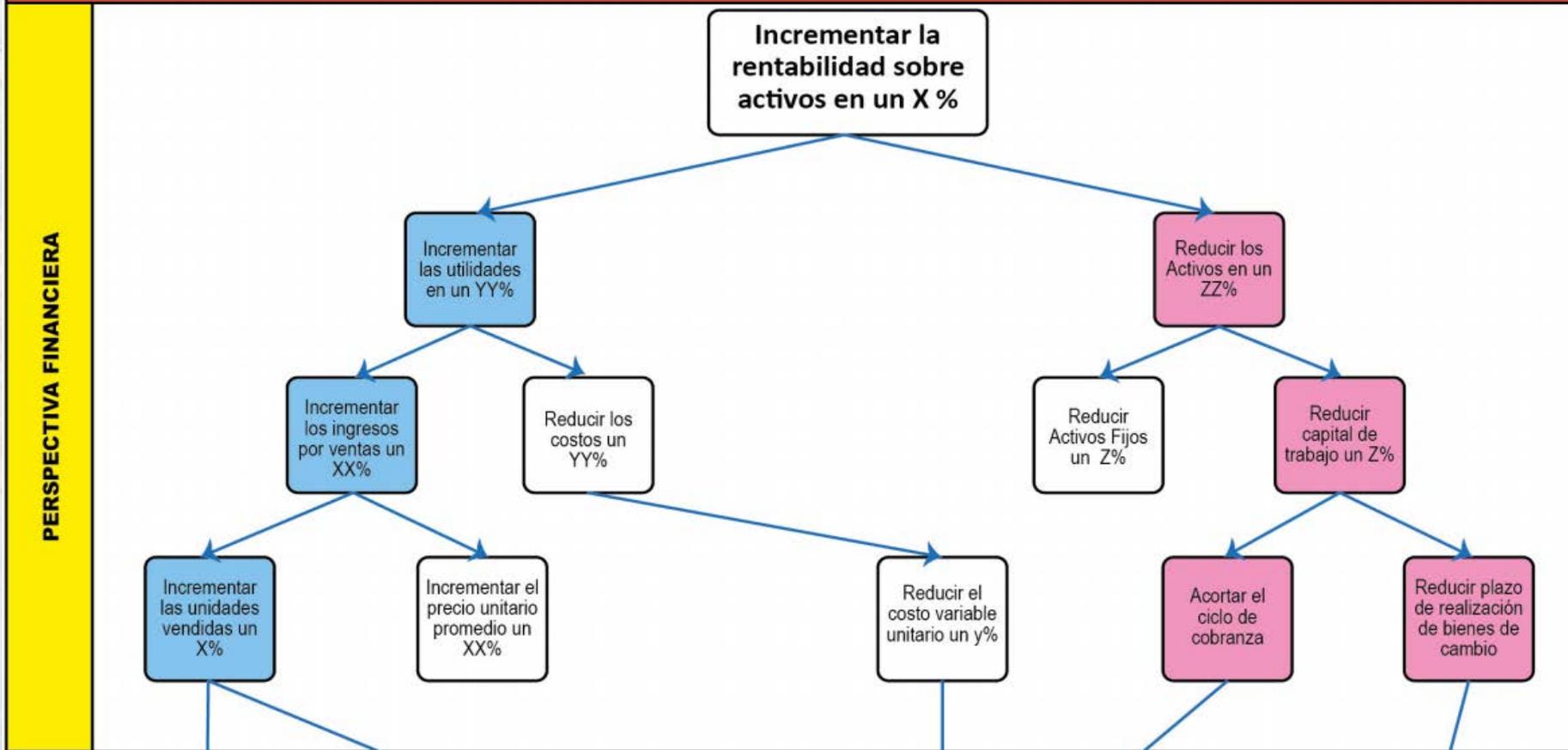


## “UN ENFOQUE PRÁCTICO”:

- Ejemplos
- Secuencias Causa- efecto
- Indicadores
- Expectativas
- Desafíos

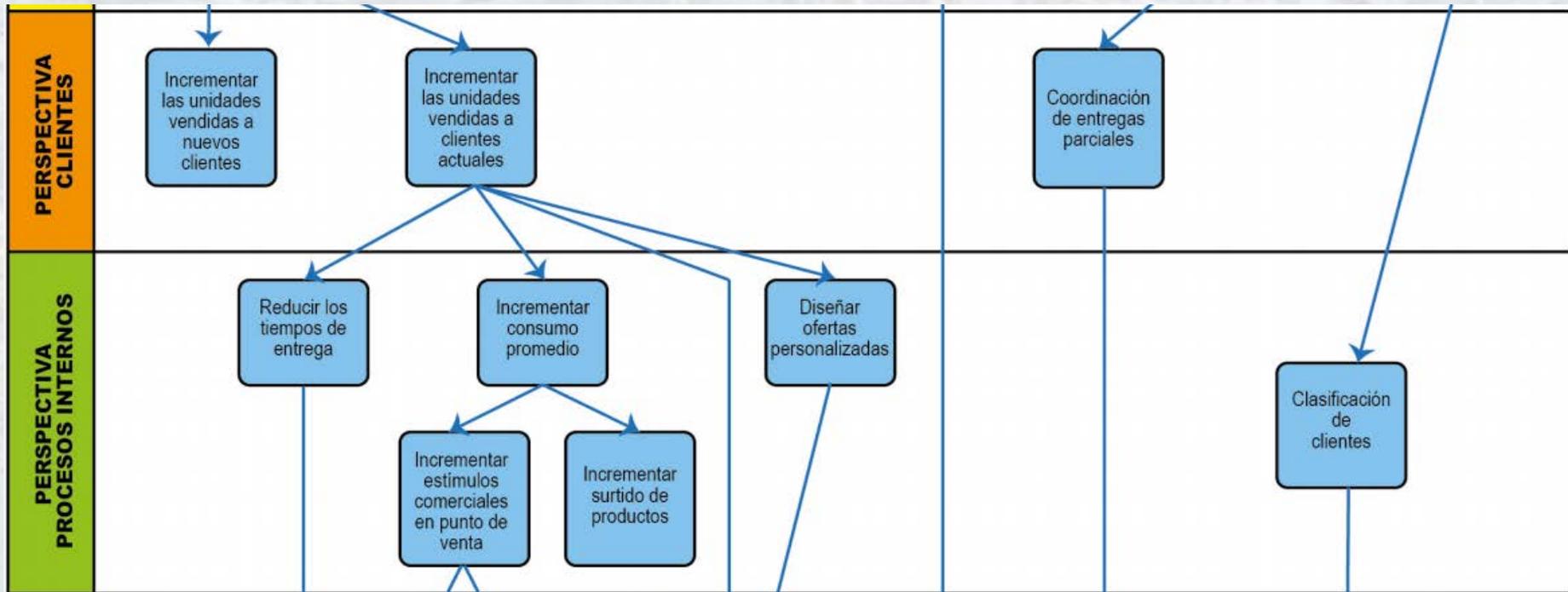


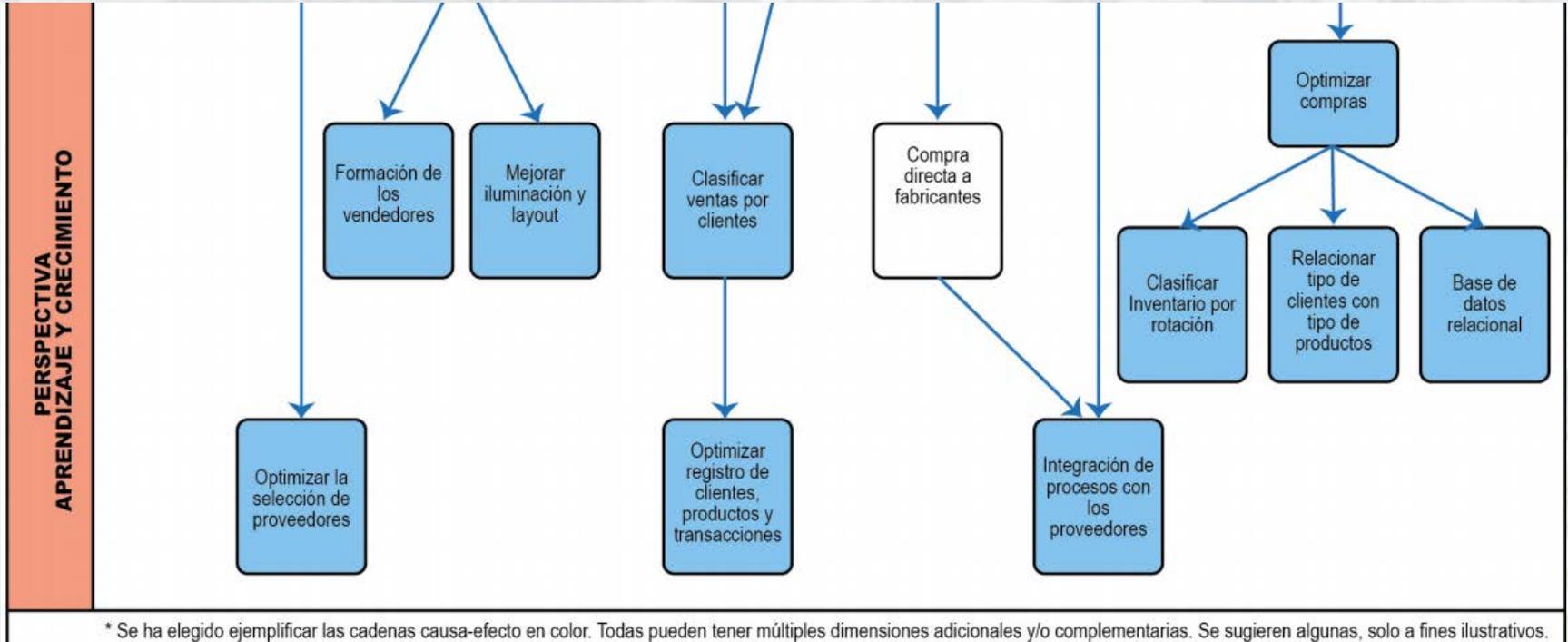
## EJEMPLO DE OBJETIVO Y RED CAUSA-EFECTO A TRAVÉS DE LAS 4 PERSPECTIVAS: MAPA DE OBJETIVOS\*





# DESAÍOS Y RIESGOS DE UNA ECONOMÍA DIGITAL GLOBALIZADA





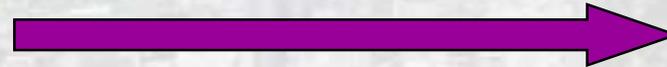


# Estrategia: Hipótesis de relaciones CAUSA-EFECTO

**SI**

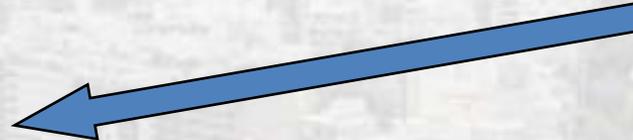
**ENTONCES**

Mejoramos las habilidades de nuestros vendedores



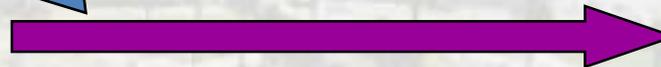
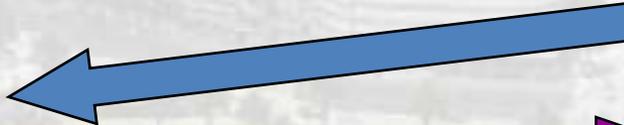
Podemos Incrementar los estímulos comerciales en punto de Venta

Incrementamos los Estímulos en Punto de Venta



Podemos Incrementar el consumo promedio

Incrementamos el consumo promedio



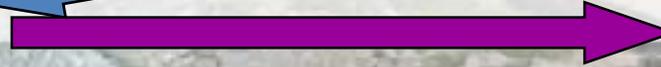
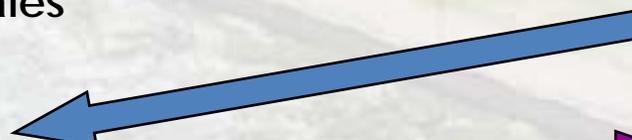
Podemos incrementar las unidades vendidas a clientes actuales

Incrementamos Unidades Vendidas a clientes Actuales



Podemos incrementar los Ingresos por Ventas

Incrementamos los Ingresos por Ventas

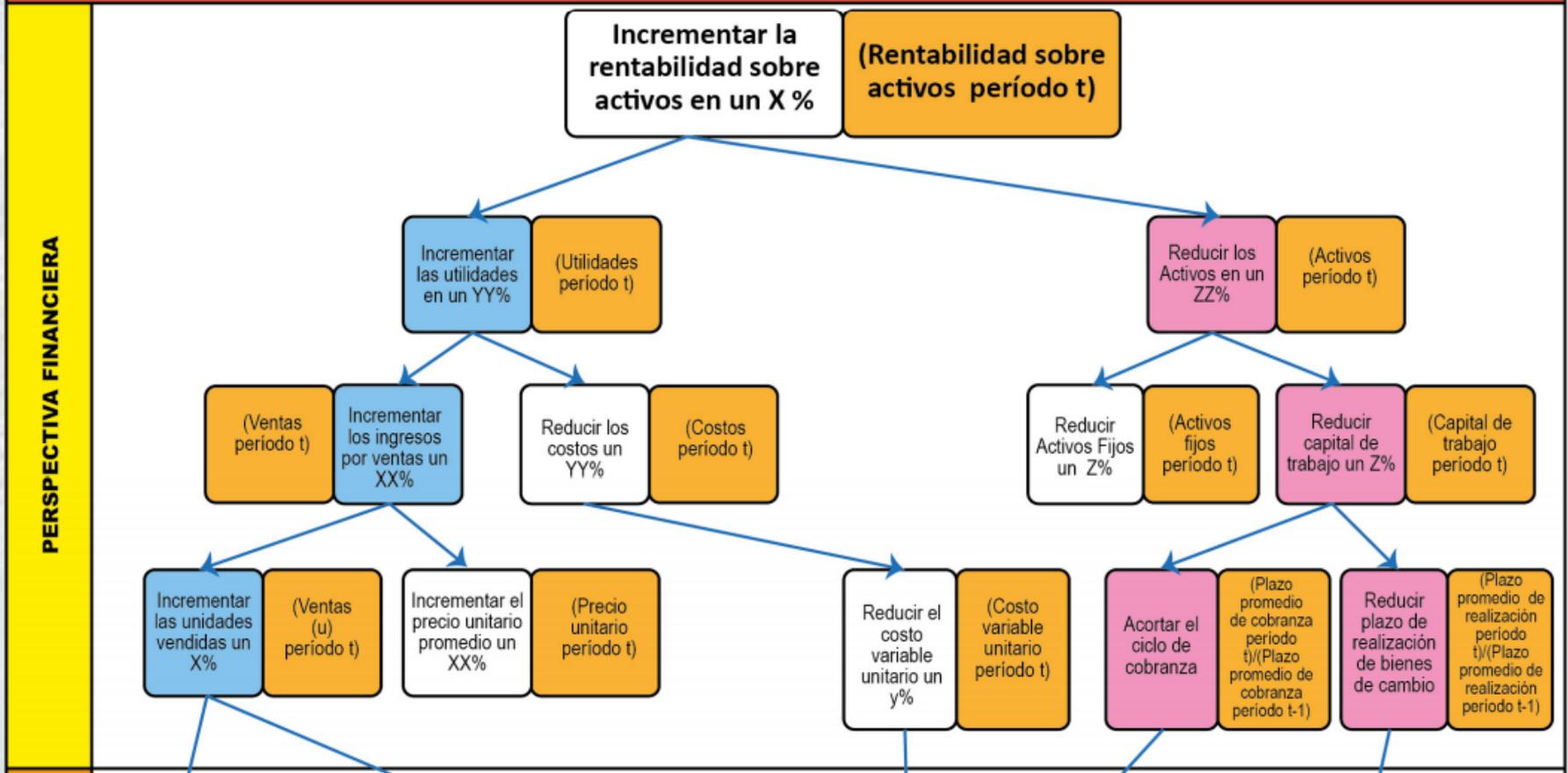


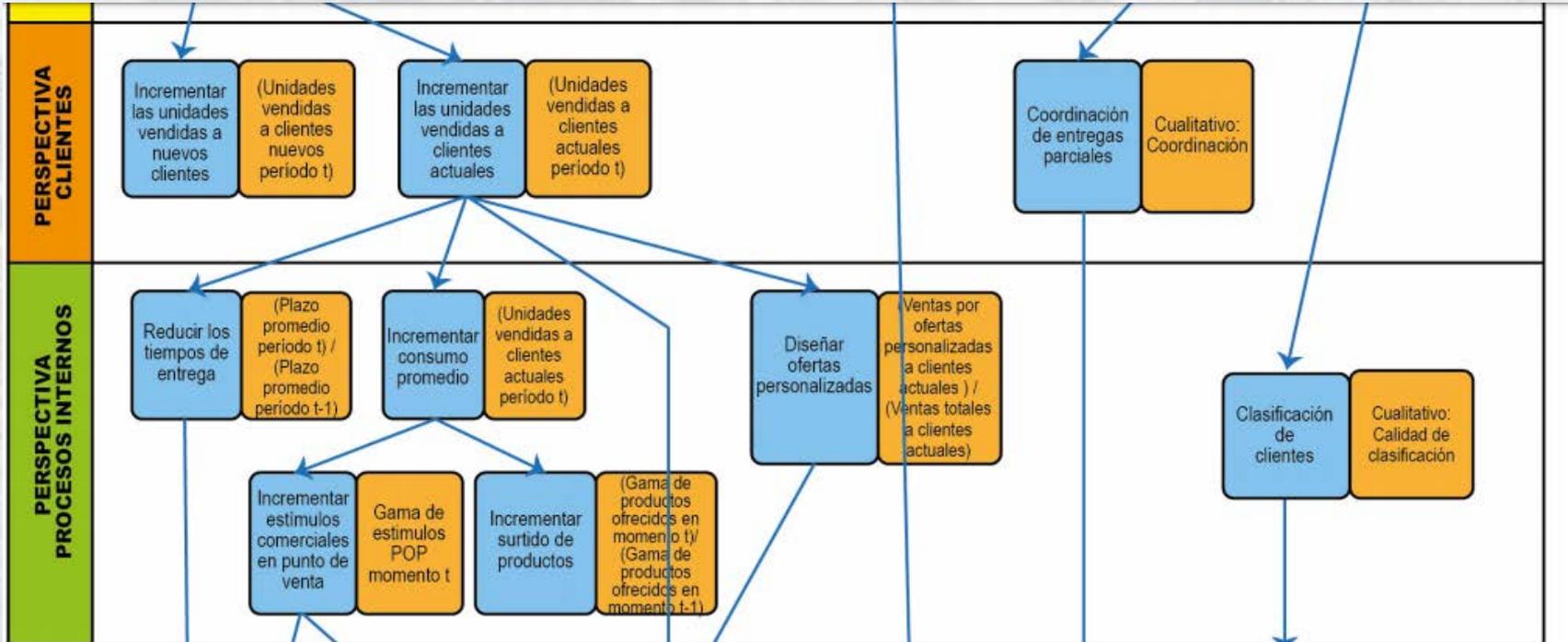
Podemos Incrementar los Utilidades

**LOS OBJETIVOS RELACIONADOS ENTRE SÍ DEBEN "CONTAR" LA HISTORIA DE LA ESTRATEGIA**



**EJEMPLO DE OBJETIVO Y RED CAUSA-EFECTO A TRAVÉS DE LAS 4 PERSPECTIVAS:  
MAPA DE OBJETIVOS\***



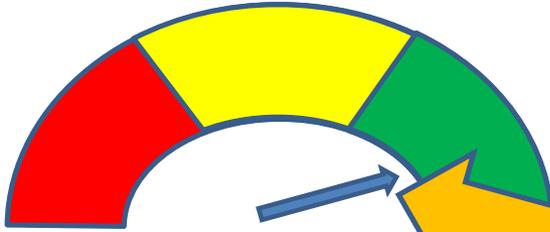




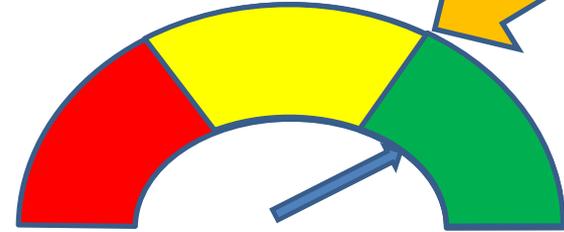


# DESAFÍOS

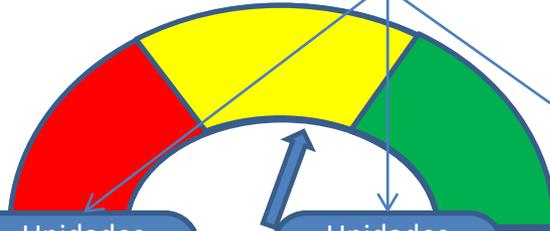
PERSPECTIVA FINANCIERA



PERSPECTIVA PROCESOS INTE



PERSPECTIVA CLIENTES



Unidades  
vendidas a  
Clientes  
Actuales  
20%

Unidades  
vendidas a  
Clientes  
Nuevos  
70%

Coordinación  
de entregas  
parciales  
10%

PERSPECTIVA APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO

