



CURSOS

ATALCLI 1 2 3



Formación y Asesoría Gerencial

ESTRATEGIA PARA UN NUEVO AÑO

La estrategia para un nuevo año debe diseñarse con suficiente antelación de tal manera de aplicarla desde el primer día del año. Tener muy claro lo que se quiere hacer o lograr siempre será un buen comienzo. En otras palabras, saber cuales son las metas u objetivos a alcanzar a corto, mediano y largo plazo para el siguiente año. Es recomendable que en el plan estratégico no se olviden los acontecimientos y/o resultados del año previo. Aprender tanto de lo bueno como de lo adverso es lo que permitirá diseñar un plan real con bases fundamentadas en resultados previos tangibles.

Antes de desarrollar una estrategia es conveniente dar una de sus definiciones: “es la compleja red de pensamientos, ideas, experiencias, objetivos, experticia, memorias, percepciones y expectativas que proveen una guía general para tomar acciones específicas en la búsqueda de fines particulares” - Fred Nichols - Consultor internacional, experto en estrategia gerenciales.

El entorno actual es sumamente variable y en ocasiones difícil de predecir. Lo que funcionó en el pasado, no necesariamente funcionará en el presente o en el futuro. Este principio básico es importante mantenerlo en mente, ya que seguramente permitirá tener una visión más ajustada a la realidad actual. La razón es muy sencilla, las condiciones que en un momento determinado fueron apropiadas para ese instante en particular, no necesariamente funcionarán en el presente o futuro cercano.

En épocas de crisis o incertidumbre, la creatividad, la sencillez y la innovación son una buena combinación de elementos para marcar la diferencia en los resultados de cualquier organización. Mientras algunas empresas han disminuido o cerrado operaciones, otras se han mantenido y/o crecido debido a su originalidad e innovación. Por supuesto, siempre está presente el factor riesgo, pero lo simpático es, que quien no arriesga pierde la oportunidad de alcanzar nuevos horizontes.

Las estrategias empresariales deben estar orientadas tanto al crecimiento económico de la organización como al crecimiento interno de la misma. Lo económico está relacionado al incremento de la facturación y la rentabilidad en la actividad económica de la empresa. El crecimiento interno, está orientado a preparar a la organización para asumir el reto que se le plantea. Entre estos factores internos a considerar está tener normas y procedimientos suficientemente flexibles de tal manera de ajustarse a la realidad del momento. Otros factores importantes son: contar con el talento humano idóneo, tecnología apropiada, capital económico, etc. Muchas veces las limitaciones de un plan de acción no están necesariamente limitadas por el mercado o en la economía, sino en la preparación, motivación, cultura, actitud, creatividad y/o ambiente laboral de la organización.

La estrategia se puede plantear bajo tres aspectos fundamentales: ¿Dónde se está?, ¿A dónde se quiere llegar? y ¿Cómo se llega? La primera pregunta está relacionada con la situación interna y externa tanto a nivel macro como micro de la empresa. La segunda pregunta implica tener definida e internalizada, por todo el capital humano de la empresa la misión, la visión, los valores y objetivos de la organización. La tercera pregunta es establecer el plan estratégico y las decisiones a tomar para alcanzar el mismo.

Un plan táctico debe considerar: el producto, la atención al cliente y calidad de servicio, venta y post venta, mercado a satisfacer, tecnología necesaria, calidad del producto y distribución entre otros. La implementación es algo crucial. Para ello es determinante tener los recursos necesarios, el capital humano idóneo para las tareas, asignación clara de actividades y los niveles de responsabilidades siempre acompañados con la autoridad necesaria para cumplir con las obligaciones correspondientes. Por último, un seguimiento periódico y/o continuo de las fases del plan estratégico a cumplir. Un punto sumamente importante en cualquier plan estratégico, es el establecimiento de objetivos y metas con la interrelación de las fechas estimadas para el cumplimiento de lo previsto.

Toda organización tiene fortalezas y aspectos a mejorar. Una de las fortalezas de toda organización es el poder de la retroalimentación, el cual es sumamente recomendado utilizarlo en el desarrollo de los planes estratégicos. Las estrategias más exitosas son aquellas diseñadas con la participación de los distintos niveles de responsabilidad de la empresa. en contra partida las estrategias difíciles de cumplir son aquellas que se desarrollan en los más altos niveles de responsabilidad, sin o limitada retroalimentación de los distintos niveles de responsabilidad que conforman el equipo empresarial. Es común que las juntas directivas establezcan los lineamientos para el año próximo, lo poco común es que se retroalimenten de todos los niveles de responsabilidad para la consolidación de la estrategia final.

La retroalimentación debe enfocarse sobre los factores internos de la empresa, aquellos que pueden ser controlados, modificados, cambiados o reformados. Utilizando las fortalezas para compensar las limitaciones o carencias. Luego identificar los factores sobre los cuales no se tiene control y/o capacidad limitada de intervención o cambio. Estos factores representan oportunidades. Finalmente se recomienda considerar todo aquello que pueda perjudicar, amenazar o arriesgar la organización, tanto a nivel de estrategia como de impacto operativo y/o comercial, esto es lo que se conoce como factores de riesgo.

La llegada de un nuevo año siempre despierta la posibilidad de alcanzar nuevos horizontes. Es una etapa de reflexión y evaluación propicia para posibles cambios. Representa la oportunidad y la esperanza de comenzar nuevamente con la convicción de no repetir los errores del pasado. Lo interesante de este comienzo es la seriedad, el seguimiento y la disposición de cumplir con la estrategia diseñada.

*Encontrar oportunidades quizás no es tan difícil,
encontrarlas en el momento apropiado es lo
que representa el verdadero reto.
Igor Rovira*

*Igor Rovira. Igor Rovira - Consultor Presidente de Cursos ATALCLI 123
irov23@cantv.net 0416-6090750 igor@movilnet.blackberry.com
www.cursosatalcli123.com
Teléfonos: 793.2391 / 793.3496*

Noviembre 2009