

EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO, ¿UNA VISIÓN INTUITIVA O COMPLETA?.

Strategic planning, an intuitive or complete picture?

Enrique Valdivia Rivera

Resumen

El autor en este artículo nos presenta una gran reflexión sobre cómo elaborar la visión de una empresa cual fuere su naturaleza, y entendiendo que para realizar el planeamiento estratégico es necesario tener presente la direccionalidad y a donde dirigir esa intención y lo ilustra expresándolo en preguntas ¿Dónde quiero llegar? y ¿Qué pienso conseguir? preguntas que encierran el inicio de todo plan estratégico o sea la Visión. Señala que para construir la Visión se requiere de un elemento muy importante que es el propósito y que este nace de la gratitud y de la insatisfacción. Toda esta situación nos recrea con una fábula “Ratón preocupado” donde termina con una gran moraleja: “La próxima vez que escuches que alguien tiene un problema y creas que como no es asunto tuyo, y no le debes prestar atención...Piénsalo dos veces.”

Lo que se pretende es que la Misión se convierta en fuente de inspiración y de trabajo es decir que todos los miembros de la organización aprendan a crear una visión personal acorde con los principios de la visión general propuesta, convirtiéndola en una Visión Compartida por todos los miembros de la empresa haciéndola suya.

Palabras Clave: Plan Estratégico, Visión. Visión compartida.

Abstract

The author in this article presents a great reflection on how to develop the vision of a company which is his nature, and understanding that to carry out strategic planning it is necessary to bear in mind the directionality and where that intention go and illustrates it expressing questions where I want to go? And what I am thinking to get? Questions that surround the home of all strategic plan or Vision. He says that to build the Vision required a very important element that is the purpose and this is born of gratitude and dissatisfaction. This whole situation we revel in a fable “Concerned mouse” which ends with a great moral: “The next time you hear that somebody has a problem and believe that you as are not your business, and do not you pay attention... Think twice.”

What is intended is that mission will become source of inspiration and work is that all members of the organization learn to create a personal vision in accordance with the principles of the proposed general vision, turning it into a Vision shared by all members of the company endorsing.

Key words: Strategic Plan, Vision, Shared vision

INTRODUCCIÓN

La capacidad que tenemos para planificar, nos ayuda a prevenir, y en ese sentido avanzar más rápido y mejor.

Es importante saber, que todos tenemos la intención de hacer bien las cosas, y pensamos que solo

siendo eficientes lo conseguiremos, pero, debemos tener dirección, principalmente como y donde dirigir esa intención. Por tanto, dos preguntas salen de inmediato: ¿Qué queremos conseguir? y ¿Cómo queremos conseguirlo?, y es donde damos vueltas y generamos una gran lluvia de ideas, en lugar de generar ideas básicas y sencillas, en función de la siguiente pregunta: ¿Dónde estamos? y ¿Qué proponemos?



Fig. 1

Pero para estar enfocado a ¿Dónde quiero llegar? y ¿Que pienso conseguir?, tenemos que empezar por nuestra Visión, la cual no debe ser solo una declaración positiva hacia futuro, si no, que se interiorice entre nosotros, siendo cada uno de los miembros de la organización con su participación, gestores de la misma.

En este artículo tratamos de hacer una interpretación de estas preguntas, a través del punto de partida del plan estratégico nuestra **VISIÓN**.



1. ¿Cómo construimos una Visión?

La Visión nace de personas y va a personas, de cómo miramos las cosas desde esas perspectivas, de tal manera que sea fácil alinear nuestros procesos organizacionales, metodológicos y principalmente los productos, en este entendimiento.

Pero como se impulsa la visión, con retos y desafíos, Peter Drucker decía: “Allí donde hay una empresa exitosa, es seguro que alguien tome una decisión valiente” y es bien común que en momento de crisis nos invada la prudencia, creyendo en una estabilidad, que nos hace estáticos, hasta que pase, o peor aún retroceder, Un dicho popular, dice: “Los barcos siempre estarán más seguros en el puerto, pero si no salen a navegar, nunca podrán llegar a su destino”.

A esto denominamos la zona de confort, hacer lo habitual y conocido, ósea siempre más de lo mismo.

Pero como se incubaba una visión, es través de un propósito, el cual nace de la gratitud y la inconformidad.

En 1997, Reed Hastings, bordeaba los 30 años, era un conocedor casi obsesivo del software, reformista pedagógico, tenía como afición el cine, pero no solo en salas, si no también películas de alquiler y como todos en la época el **Blockbuster** de barrio, un día que alquiló Apolo 13, la devolvió unos días fuera de plazo, tuvo que pagar casi \$40 dólares de recargo. Ese bombazo a su billetera, le creó una reflexión como consumidor que con el tiempo se transformó en una visión empresarial, la reflexión inicial era más o menos así... Por qué estas tiendas de alquiler de videos no funcionan como los gimnasios, con tarifas planas mensual de alquiler y uno las puede utilizar cuantas veces quiera? ésta experiencia, con el conocimiento y algo de dinero se transformó con el tiempo en el concepto **NETFLIX, INC.** Vemos en este caso como un elemento de insatisfacción del consumidor paso a formar parte importante de una nueva visión.

2. El Problema

Como vemos el elemento importante para crear una visión es que se produzca un elemento de insatisfacción y hacerlo nuestro, pero a su vez que pueda ser compartido, para lo cual traemos la siguiente fabula del "Ratón preocupado".

Un ratón, mirando por un agujero en la pared, ve a un granjero y su esposa abriendo un paquete. Sintió emoción pensando que era lo que contenía.

Qué tipo de comida puede haber allí. Pero quedó aterrorizado cuando descubrió que era una ratonera.

Fue corriendo al patio de la Granja a advertir a todos:

¡Hay una ratonera en la casa, una ratonera en la casa!, ¡gritaba como un loco!

La gallina, que estaba cacareando y escarbando, levantó la cabeza y dijo: Discúlpeme Sr. Ratón. Yo entiendo que es un gran problema para usted, más a mí no me perjudica en nada, no me incomoda.

El cordero que andaba pastando por ahí le dice: Discúlpeme Sr. Ratón, más no hay nada que yo pueda

hacer, solamente pedir por usted. "Quédese tranquilo que será recordado en mis oraciones."

El ratón se dirigió entonces a la vaca., pensando encontrar protección y la vaca le dijo: Pero acaso, ¿yo estoy en peligro? Pienso que no... es más... es una simple ratonera.

Entonces el ratón volvió a la casa, preocupado y abatido, para encarar a la ratonera del granjero.

Aquella noche se oyó un gran barullo, como el de una ratonera, atrapando a su víctima.

La mujer del granjero corrió para ver lo que había atrapado, en la oscuridad, ella no vio que la ratonera atrapó la cola de una cobra venenosa.

La cobra picó a la mujer, el granjero la llevó inmediatamente al hospital para el tratamiento correspondiente.

Ella volvió con fiebre, todo el mundo sabe que, para alimentar a alguien con fiebre, nada mejor que una sopa, así el granjero agarró su hacha y fue a buscar el ingrediente principal: La Gallina.

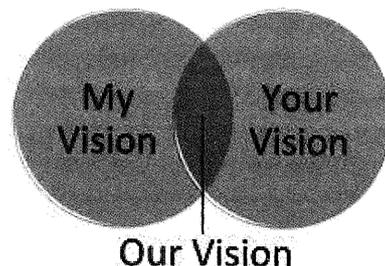
Como la recuperación de su esposa demoraba, los amigos y vecinos fueron a visitarla, para agradecerle su visita el granjero les preparó una cena, para lo cual mató al Cordero.

Finalmente, la mujer no mejoró y acabó muriendo...El granjero entonces vendió la Vaca para cubrir los gastos del funeral.

Moraleja:

La próxima vez que escuches que alguien tiene un problema y creas que como no es asunto tuyo, y no le debes prestar atención...Piénsalo dos veces.

3. Visión compartida



“Una visión compartida no es una idea. (...) Es una fuerza en el corazón de la gente, una fuerza de impresionante poder. Puede estar inspirada por una idea, pero si es tan convincente como para lograr el respaldo de más de una persona, cesa de ser una abstracción. Es palpable. La gente comienza a verla como si existiera. Pocas fuerzas humanas son tan poderosas como una visión compartida” (Peter Senge).

El factor clave para lograr una visión que se convierta en una fuente de inspiración y productividad para los equipos y las organizaciones es que todos los miembros aprendan a descubrir en sí mismos la capacidad de crear una visión personal que de sentido a su vida y a su trabajo, que apoye la visión central propuesta por el líder. Todas las visiones personales van alimentando la gran visión de la organización, y cada uno siente en ella una conexión íntima que lo impulsa a dar todo de sí para convertirla en realidad. El proyecto, la empresa o la organización ya no es solo “de ellos” sino “nuestro”.

4. Propuestas para construir una visión compartida

La construcción de una Visión compartida es el producto de varias interacciones de visiones individuales, que requieren conversaciones y/o reuniones periódicas donde las personas se sientan libres de expresarse y, sobre todo, aprendan del proceso de compartir experiencias y buscar la forma en que cada individuo se responsabilice por hacer lo necesario para concretar la visión, para lo cual se debe tener en cuenta lo siguiente:

1. Estar seguro que estamos dando poder a los miembros de la organización (Empowerment), otorgándoles confianza y mostrándoles que son parte importante de la empresa
2. Alentar a los miembros de la organización a construir claramente su visión personal
3. Convocar a reuniones para describir una imagen futurista de la organización que quieres crear
4. Pregúntales en voz alta ¿Para que existe la organización? ¿Cuál es su propósito? Escucha y aclara si los conceptos emitidos, no se corresponden con los tuyos, aclara dudas y busca sinergias.

5. Habla de los valores y de cómo estos guían los actos en conjunto, dentro y fuera de la organización.
6. Construye relaciones y expresa a tus colaboradores como se deben realizar con los stakeholders (Clientes, proveedores, accionistas, colaboradores) y en general con la sociedad.
7. Realiza reuniones con el fin de hacer una tormenta de ideas sobre ¿cuál es la organización ideal que ellos tienen en mente?
8. Formula visiones compartidas con ellos sobre cambios futuros en los clientes, en los productos, en tecnología, etc.
9. Siempre escucha atentamente.
10. Describe entonces una visión que englobe el sentir de la gente y exprese en forma convincente tu sueño y el de ellos.

5. Requisitos para elaborar la Visión

Finalmente debemos tener en cuenta que el propósito nace de la gratitud y la inconformidad, no es complicado es algo sencillo, como tener un gran día, pero para que ocurra hay que cumplir como en todos ciertos requisitos previos.

1. **Prográmate que te va a ir bien.**
2. **Lléname de energía,**
3. **Piensa que no hay movimiento sin energía.**
4. **Establece prioridades.**
5. **Ten audacia.**
6. **Mucha espiritualidad, ten fe e ti mismo y en tu empresa.**
7. **Alegría en lo que haces.**
8. **Entusiasmo para la acción.**

Cuando los miembros de una organización o un equipo comparten la **Visión** consiguen funcionar de forma sincronizada convirtiéndose en equipos de alto rendimiento y fuerte compromiso.

CONCLUSIONES

El presente estudio llega a las siguientes conclusiones:

1. El determinar la visión de la empresa es de suma importancia para saber la direccionalidad y que es lo que se busca.

2. Sensibilizar a los miembros de la empresa para que la sientan como suya.
3. Motivar a los trabajadores con algunos beneficios.
4. Saber para qué está, hecha la empresa.
5. Conocer qué busca la empresa.
6. Saber qué no les gusta de la empresa.
7. Valorar las sugerencias presentadas para la mejora de la empresa.
8. Dar testimonio de la práctica de valores que promociona la empresa.

REFERENCIAS

Cristina, Quiñones. (2014). El Planeamiento estratégico Insignifical, Revista Anda N°145. Perú

Peter, Senge. (2006). La Quinta disciplina en la Práctica, Ediciones Gránica S.A. Argentina.

Gary, Hamel. (2012). Lo que Ahora Importa. Grupo Planeta. España.