



Nº 1304

DOCUMENTOS PLANNING®

Por: Carlos Alberto Mejía Cañas  
Consultor / Gerente

## EL MOTOR DE LA ACCIÓN ES LA VISIÓN Y LA DECISIÓN

*“Las ideas nacen dos veces, cuando las pensamos y cuando las hacemos” Stephen Covey<sup>1</sup>*

En nuestra experiencia profesional hemos visto muchas empresas que al comenzar a ejecutar su estrategia, se bloquean en su acción, por no tener una visión clara o aún teniéndola, por no ser capaces de tomar las decisiones requeridas. A continuación se mencionan algunas recomendaciones para lograr la ejecución de la estrategia, la obtención de los objetivos empresariales y evitar que los propósitos se queden sólo en “buenas intenciones”.

### 1. Tener una visión clara.

Cuando iniciamos un largo viaje siempre determinamos la ruta necesaria para llegar al lugar deseado. Esto es lo mismo que sucede a nivel de toda empresa, ya que el mundo de los negocios es, en general, una larga travesía. Tener una visión concreta y clara en los procesos de planeación estratégica empresariales es definir y entender a cabalidad las siguientes preguntas:

- ¿En qué condiciones se encuentra el entorno actual y esperado donde la empresa se va a desenvolver?: Se trata de las condiciones externas sobre el mercado, la competencia, la regulación, la economía, las innovaciones tecnológicas y los nuevos competidores, ¿Qué tan estables o cambiantes son? y ¿Cómo impactan o pueden impactar nuestros resultados?
- ¿Cuál es el punto de partida?: Esto significa comprender muy bien cuál es la situación competitiva actual de la empresa y sus reales capacidades y posibilidades.
- ¿Cuál es el punto de llegada?: Unos años más tarde, dónde quisiéramos ver la empresa y su estado de crecimiento, desarrollo y rentabilidad.

---

<sup>1</sup> Profesor estadounidense conocido por ser el autor del libro: Los Siete Hábitos de la Gente Altamente Efectiva



- ¿Qué tenemos que hacer para llegar allá?: Acciones concretas que se requieren para poder construir el futuro deseado.
- ¿Cómo sabemos si vamos en la vía correcta?: No siempre el camino es lineal, hay desvíos, cruce de caminos, otras direcciones, por lo cual se requieren “brújulas”, que son los indicadores de medición para saber si vamos en la vía correcta.
- ¿Qué tiempo nos podemos tardar en llegar?: Al menos de manera aproximada, cuánto estimamos que puede durar arribar al punto de llegada.
- ¿En caso de dificultades en el recorrido qué alternativas tiene la empresa?: Aunque no es posible ser “adivino”, por lo menos se pueden simular las variables críticas de desempeño del negocio, qué sucedería si no se comportaran como se prevé y qué alternativas tendría la empresa.

Conocer la respuesta a las anteriores preguntas favorece la decisión y la acción empresarial, en cambio, no dimensionarlas conduce a la parálisis o a sólo ocuparse del día a día, dejándose llevar por lo que las condiciones le impongan. La visión de una empresa debe construirse y para ello hay que entenderla a cabalidad. Como afirma Michael Porter<sup>2</sup>: “Si una empresa no tiene una estrategia, cualquier cosa puede considerarse importante”.

## 2. Tomar decisiones

Previo a la acción es necesario el proceso de decisión, esto significa evaluar las alternativas, aceptar los riesgos, ver las oportunidades y fijar un rumbo en forma reflexiva, pero comprometedor de los esfuerzos, los recursos y las competencias de la empresa.

No siempre tener un entendimiento claro conduce a una decisión pronta y precisa, en algunas empresas es común que se presente que los temas se evalúan pero no se cierran, se reabren las discusiones continuamente pero no se llega a una conclusión, lo cual es tan pernicioso como no tener una visión clara.

Existen diferentes causas para esta conducta, más frecuente de lo que parece, principalmente por el temor al cambio, a los riesgos y a salir de posiciones cómodas. Pueden mencionarse también como grandes inhibidores de las decisiones el aferramiento al pasado y al éxito del presente, lo cual nos impide ver las nuevas oportunidades y cambios en los consumidores o en el entorno, el temor al futuro, los cambios generacionales, las posiciones burocráticas, los centros de poder o de influencia que entran en conflicto, el

---

<sup>2</sup> Profesor de la Universidad de Harvard y reconocido autor de temas de estrategia.



temor a los competidores, las condiciones cambiantes del entorno o las debilidades propias de la empresa, entre otras.

Se debe reflexionar sobre las causas por las cuales no se toman decisiones oportunas y contundentes en la empresa, que generen un “motor” en la acción y avance de la misma. El no superar estas dificultades hace que la situación nos envuelva y quedemos como “corcho en remolino”.

**Un buen proceso de visión empresarial, acompañado de una clara decisión, son vitales para la acción, el desarrollo y el progreso de las empresas. ¿Su organización padece de dificultades en la visión o en la decisión?, sea consciente y ponga los medios para cambiar este círculo vicioso que le puede estar generando una pérdida de oportunidades.**

**Planning**

**Abril de 2013**

Síguenos en:

*Si desea conocer más sobre este tema, en Planning ofrecemos una consultoría sobre [Competitividad y Estrategia](#) que se adapta a las necesidades de su empresa.*

## Acerca de Planning

Planning es una empresa privada colombiana creada en 1997, que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.



**Servicios:** Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los vínculos:

- ✓ [Competitividad y Estrategia](#)
- ✓ [Mercadeo Eficaz](#)
- ✓ [Valor agregado eficiencia y productividad](#)
- ✓ [Gerencia del servicio](#)
- ✓ [Desarrollo de propuestas de valor](#)
- ✓ [Estrategia y Scorecard](#)
- ✓ [Inteligencia de Negocios](#)
- ✓ [Sistema Planner](#) - Costos, rentabilidad y gestión
- ✓ [Sistema Monitor](#) - Competitividad, estrategia y riesgo



**Recomiende a un amigo:** Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#) para entrar a la página de referidos.



**Información de contacto:** Para contactarse con nosotros [pulse aquí](#), escríbanos a [info@planning.com.co](mailto:info@planning.com.co) o llámenos al teléfono (574) 4120600 en Medellín.