



LA ALINEACIÓN ESTRATÉGICA

Nº 1802

DOCUMENTOS PLANNING®

Por: Carlos Alberto Mejía Cañas
Consultor / Gerente

En general puede afirmarse que alinear es poner en línea un grupo de objetos o de personas, si bien en otros contextos se puede entender como formar parte de un grupo o también compartir un ideario determinado de carácter político, religioso o ideológico.

En la vida empresarial, en muchos momentos, es necesario realizar procesos de alineación, buscando una común identificación, interpretación y acción frente a principios, procesos o políticas de actuación de las compañías.

Cuando se busca alinear a las personas de una empresa se quiere lograr un efecto sinérgico a partir de una visión común, dado que si los vinculados a la actividad interpretan de la misma manera lo que se pretende, obrarán en conformidad y al unísono, caso contrario, cada cual, dentro de su mejor buena voluntad, obrará según su entendimiento, el cual puede divergir del de otros participantes, por la simple razón que cada persona tiene puntos de vista diferentes, según su formación, experiencias y criterios.

Las afirmaciones anteriores son válidas en la ejecución de cualquier proceso y cobran especial importancia frente a la estrategia de la empresa, ya que ésta indica la dirección y la realización que la empresa espera lograr en el futuro, es decir: qué se quiere lograr, cómo y cuándo se quiere lograrlo.

Toda empresa, independientemente de su tamaño, actividad, sector o estructura de su propiedad, debe tener una estrategia para construir su futuro, la cual surge de la reflexión meditada sobre su entorno, su mercado, su competencia y sus propias capacidades, cualidades y oportunidades.

Aunque las personas vinculadas a la organización tengan apreciaciones diferentes frente a la estrategia, una vez definida institucionalmente, es una directriz no “negociable”, la cual compromete a todo el equipo, y, por lo tanto, no puede admitir “disidencias”. Ahora, la estrategia debe ser un bien común para toda la empresa, no sólo para la Gerencia, en ésta se direcciona, pero es en las áreas donde se ejecuta. En la medida en que la estrategia sea más conocida y entendida se producirá el efecto de la alineación estratégica.

Es decir, con una buena alineación estratégica, se logrará:

1. Poner en la misma línea o dirección a todo el equipo de colaboradores: “todos mirando en la misma dirección”. Integrar a los colaboradores como grupo, no sólo como individuos: “son un equipo”.
2. Compartir un ideario, que surge de la estrategia y los valores de la empresa: “tienen una creencia común”.

3. Lograr un efecto sinérgico por la integración en el pensamiento y en la acción.
4. Obtener una clara identificación de lo que se quiere lograr y cómo: las prioridades y las necesidades son claras y comúnmente perseguidas.
5. Se dispone de una medida del logro, en tanto y en cuanto la meta se cuantifique y se identifique con algo tangible y verificable.
6. Si el logro es de largo plazo puede subdividirse en logros sucesivos por periodos discretos hasta la realización del logro total.
7. Los logros, generalmente, son cuantitativos, pero, en ocasiones, pueden ser cualitativos, como sería el caso de obtener una satisfacción superior de los consumidores con los productos o servicios de la empresa o de los empleados con su medio ambiente laboral.

En general, puede afirmarse que, si no existe identificación en el pensamiento, difícilmente se integrará la acción y se presentarán divergencias en el establecimiento de las prioridades, la asignación de los recursos y el logro de los objetivos. Cada cual desde su "barrera" obrará según su criterio y tratará de buscar que sus prioridades y necesidades primen en la organización.

La alineación es la mejor estrategia organizacional: primero hay que tener claro cuál es el direccionamiento estratégico, segundo cómo volverlo un pensamiento compartido y tercero cómo se convierte en un logro único y prioritario para todos los miembros de la empresa. Una empresa alineada le agrega una "palanca" enorme a la dinámica empresarial, la cual multiplicará en mucho la acción individual.

Cuando hay alineación estratégica hay dirección compartida, esfuerzo de equipo y logro común.

¿Qué están haciendo estas personas?: tienen una visión de largo plazo alineada.



Todos mirando para el mismo lado, aunque los puntos de vista sean diferentes.

Febrero 2018

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](#)
- ✓ [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 o llámenos al teléfono (574) 4120600 en Medellín.

Síguenos en:

