

## PyMES Y PANDEMIA HOY MAS QUE NUNCA PLANIFICAR PARA VOLVER A COMENZAR

*Por Esp. Lic. Jorge Alberto Seilhan*

*19 de mayo de 2020*

Hoy más que nunca hay que abrazarse a la Planificación Estratégica, hoy más que nunca debemos organizar nuestra PyME para cuidarnos y cuidar no solo a quien trabaja con nosotros sino para quienes trabajamos, debemos fortalecer nuestra empresa, ser creativos, generar que la amenaza se convierta en fortaleza y que sea un valor agregado a nuestra actividad.

Incertidumbre, miedo y vacilación tenemos frente a nosotros, sin lugar a dudas pero es inteligente que podamos replantear un cambio total a como nos desenvolvíamos antes de la pandemia

Obviamente no estamos solos .Debemos encontrar Políticas Publicas creativas que nos ayuden a nuestro desarrollo y crecimiento futuro, pero debemos acompañarlas desde nuestro propio cambio, es decir, aprender y acudir a las recomendaciones de quienes están en condiciones de acercarlas e implementarlas acorde a nuestra propia realidad.

Hoy día, es una oportunidad enorme comenzar a repensar una manera diferente de hacer las cosas. Marcar nuevamente nuestra VISION, y poder de esa manera lograr plantear la MISION, esto nos permitirá crear nuevos objetivos y así poder Planificar el futuro, primordial en los tiempos que vendrán, ya que la carrera que comenzaremos es para todos desde el mismo punto de partida.

Tenemos que pensar que nuestro cambio deberá ser acoplado a los cambios globales, protocolos de la Calidad por medio de las ISO 9001-2000 y en forma análoga ensamblar los protocolos de la salud a la problemática de las Pymes.

El resto del mundo al igual que nosotros, exigirán y exigiremos, protocolos en la fabricación de productos y servicios que protejan y estén avalados por el ente que sea pertinente.

Debemos cuidar nuestro PBI, aumentar nuestra Producción, lograr el máximo empleo y el aumento de nuestras exportaciones, pero antes es necesario poner en marcha un proceso de reingeniería en nuestra planta, por ejemplo: revisar nuestro Lay Out que es utilizado para hacer referencia a la forma en que se encuentra organizada el área de trabajo, es decir, el diseño que se siguió para distribuir las computadoras, mesas de trabajo, áreas de reuniones, espacios para recreación y descanso, así como los comedores y baños o áreas de aseo, es decir tiene que ver con el diseño de la propia oficina o empresa y como se encuentra ésta constituida en sus distintas áreas, prestando mucha atención al potencial de contagiosidad que debemos precaver.

El conocimiento de “lo que vendrá” es un medio para reducir las dudas e incertidumbres y mitigar sus efectos: el vacío de conocimiento y la falta de certezas. El planeamiento aborda la problemática del futuro desde diversas perspectivas y con diferentes métodos: el pronóstico, la predicción, la previsión, la proyección. (Ossorio, 2003)

“Planear no es eliminar la intuición. Es eliminar la improvisación (...). El planeamiento es un método de trabajo por medio del cual las cosas se “preparan”, concomitantemente se acompaña la acción y se aprende de lo que en realidad sucede”. (Levy, 1981)

El planeamiento estratégico hace suyo el concepto de acción de Morín, que resume el nuevo estilo de pensamiento: “La acción supone complejidad, es decir, elementos aleatorios, azar, iniciativa, decisión, conciencia de las derivas y las transformaciones. (...) Una visión simplificada lineal resulta fácilmente mutilante”. La conformación del concepto de planeamiento estratégico no es una simple adición de ambos conceptos. Significa una ruptura epistemológica, vale decir un cambio en los supuestos filosóficos –la teoría -, los principios y finalmente en los métodos y técnicas instrumentales. (Ossorio, 2003)

El pensamiento estratégico individual incluye la aplicación del juicio basado en la experiencia para determinar las direcciones futuras.

En cambio, el pensamiento estratégico de empresa es la coordinación de mentes creativas dentro de una perspectiva común que le permita a un negocio avanzar hacia el futuro de una manera satisfactoria para todos.

El propósito del pensamiento estratégico es ayudarle a explotar los muchos desafíos futuros, tanto previsibles como imprevisibles, más que prepararlo para un probable mañana único. Este es importante debido a que:

El juicio razonado, aunque suele basarse por lo general en información inadecuada, es lo más importante que cualquier empresa espera de sus directores.

Para ser efectivo, el juicio colectivo depende de que quienes toman las decisiones importantes tengan una visión clara y consistente de lo que debe ser la administración futura de la empresa.

La visión de la empresa se basa más en la forma que quienes deciden vean y sientan los resultados previo a cualquier análisis sistemático.

El pensamiento estratégico incorpora valores, misión, visión y estrategia que tienden a ser elementos intuitivos (basados en los sentimientos) más que analíticos (basados en la información).

Llegar a un acuerdo sobre estos elementos entre los miembros de su equipo administrativo es un prerequisite esencial para la planeación efectiva.

Por lo tanto, el pensamiento estratégico es el cimiento para la toma de decisiones estratégicas. Sin este fundamento, las decisiones y acciones subsecuentes quizás sean fragmentadas e inconsistentes con la salud a largo plazo de la empresa. (Morrisey, 1997)

La planeación a largo plazo debe verse como un proceso dinámico y tan flexible como para permitir - y hasta alentar - la modificación de los planes como respuesta a las circunstancias de cambio. La planeación a largo plazo traza su viaje para el éxito futuro, es un proceso que reúne al equipo productor para transformar la misión, la visión y la estrategia en resultados tangibles.

Así es como:

El pensamiento estratégico:

- ✓ proporciona las bases para la planeación estratégica y es, en gran medida, de naturaleza intuitiva.
- ✓ lleva a la perspectiva, mientras que la planeación de largo alcance conduce a la posición y la planeación táctica lleva al rendimiento.
- ✓ trata los valores y las convicciones filosóficas de los ejecutivos encargados de guiar a su empresa en un viaje exitoso; misión, el concepto general de su empresa; visión, cómo debe ser su empresa en el futuro, y estrategia, la dirección en que debe avanzar su empresa.

## BIBLIOGRAFIA

Diaz Oramas, K. (17 de Octubre de 2008). *Planeacion estrategica desde un enfoque empresarial*. Recuperado el 15 de Mayo de 2020, de Gestipolis:

<https://www.gestipolis.com/planificacion-estrategica-enfoque-empresarial/.GESTIOPOLIS>

Levy, A. (1981). *Planeamiento Estrategico*. Buenos Aires: Macchi.

Morrissey, G. (1997). *Pensamiento Estrategico*. Mexico: Prentice Hall.

Ossorio, A. (2003). *Planeamiento Estratégico*. Buenos Aires: INAP.