

Planificación de un Negocio

¿Cómo le gustaría ver a su empresa en los próximos cinco años? La respuesta a esta pregunta será el reto de una buena planificación. Pero, ¿Cómo realizo el plan de acción para lograr los objetivos de mi negocio? ¿Cómo mi negocio llega a los resultados deseados?

Todos los negocios deben de tener un plan estratégico para lograr el éxito. Este plan debe contener la misión y visión de su negocio, los valores compartidos, los objetivos, las estrategias y el plan de acción para lograr resultados positivos.

Al desarrollar un plan estratégico, su empresa contará con unas bases sólidas para su desarrollo. A continuación los cuatro elementos básicos para comenzar un plan estratégico:

1. **Desarrolle la misión.** La misión es la base de un negocio, su centro o médula. Debe preguntarse ¿Por qué existe mi negocio? Una vez definida esa misión, se comprometerá a desarrollar el negocio con esa base y reconocerá su contribución a la comunidad.
2. **Defina la visión de su negocio.** ¿Qué quiere o pretende hacer mi negocio durante los próximos 5, 10 o 15 años? La visión clarifica la dirección, es la acción motivadora y simplifica los esfuerzos coordinados. La visión debe ser breve y concisa, medible y factible. Y lo más importante debe motivar.
3. **Establezca los valores.** Los valores son los principios fundamentales de un negocio. Estos representan las creencias demostradas a través del comportamiento de los empleados de su negocio. La verdadera diferencia entre el éxito y el fracaso de una empresa puede residir muchas veces en que se haya o no sabido aprovechar las grandes energías o aptitudes de su personal. Cualquier empresa para sobrevivir y lograr el éxito debe contar con un sólido conjunto de convicciones en el que basar sus normas y acciones.
4. **Identifique las estrategias.** Estas son nuestras hipótesis sobre cómo lograr el éxito. Muestran la diferenciación entre las actividades de la empresa. La efectividad de las estrategias envuelve una combinación de diferentes actividades que al compararlo con lo que ofrecen los competidores permitan a su negocio proveerle valor añadido a los clientes.
5. **Esencial medir resultados**
Existen varios sistemas para medir el desempeño de las estrategias de un plan. Uno de éstos se conoce como el *Balance ScoreCard* (“BSC”). A través de este sistema de medición se puede convertir la misión en objetivos concretos que a su vez estén alineados entre todos los empleados de su negocio. Las medidas en el BSC deben reflejar las aspiraciones expresadas en la misión para proveer una dirección efectiva. Este concepto surgió en 1990 por los Dres. Robert Kaplan y David Norton de la Universidad de Harvard. El concepto “BSC” traduce la visión y estrategias en un par de medidas enfocadas en 4 principios básicos debidamente balanceados:

CLIENTE, INTERNO, EDUCACION Y PRESUPUESTO

CLIENTE – Para lograr mi visión; ¿Cómo debo lucir ante mi cliente?

Cómo me diferencio y a qué mercados sirvo. El objetivo de esta perspectiva es ofrecer a los clientes soluciones totales que abarquen una única y exclusiva clase de servicios para que los clientes obtengan el mayor beneficio de los productos ofrecidos por mi negocio. Esta perspectiva tiene como base la excelencia operacional, el liderato del servicio o producto, y el trato o servicio personalizado hacia los clientes.

INTERNO – Para lograr la visión, ¿Cómo mi negocio puede exceder la satisfacción de mis clientes sin que los procesos afecten esa satisfacción? La empresa debe continuamente mejorar los procesos para continuar añadiendo valor al servicio al cliente. Se deben identificar los procesos y desarrollar las medidas con las cuales se mida su progreso.

APRENDIZAJE / CRECIMIENTO - Para lograr la visión, ¿Cómo debe mi personal aprender y mejorar? Las medidas el aprendizaje y crecimiento son las que permitirán las otras tres perspectivas. Se deben identificar el espacio o “*gap*” entre la infraestructura de mi empresa, las destrezas de los empleados, los sistemas de información y el nivel necesario para lograr los resultados.

PRESUPUESTO / FINANZAS - Las medidas financieras son un componente importante de este sistema de medición, especialmente en un ambiente donde todos queremos obtener ganancias. Las medidas financieras indicarán si la estrategia está basada en la visión, al balancear los números financieros históricos del negocio, con los que guían el valor futuro de la empresa. Los indicadores financieros nos ayudarán en la toma de decisiones y delinearán las decisiones a corto plazo y a largo plazo.

Algunas de las razones por las que se debe tener un sistema de medición de resultados en una empresa:

- Mejora la productividad y la efectividad de la misión.
- Permite a la empresa alinear sus actividades estratégicas al plan en una base continua.
- Permite tener una base para saber cuales procesos de mejoramiento se deben tener prioridad.
- Apoya la empresa para realizar de manera rápida la toma de decisiones en cuanto a presupuesto y a procesos de control de la organización.
- Ayuda a reducir el riesgo, aumentando las oportunidades a largo plazo de supervivencia del negocio.

Adelante, comience a preparar el plan estratégico para su negocio, le aseguro le motivará en el desarrollo exitoso de su negocio y en la medición de resultados.