

# Empresas, rumbo al progreso y futuro

*Por John Jeirzinho Silva.  
Estudiante Corporación Universitaria Minuto de Dios.*

Una buena planeación, conlleva a una buena estrategia, es el logro de los objetivos y el éxito de la empresa, mirar con énfasis, de conocer, la visión de la empresa y ponerlas en ejecución viendo un futuro de instrucción y orientación para las cosas planteadas. El incremento de la productividad y capacidad organizacional genera competitividad permanente y fomenta valores humanos, disminuyendo procesos y reduciendo costos, yendo más allá con la competencia logrando crecimiento y rentabilidad, creando mercados nuevos, expandir el límite, donde otros no han podido abordar. Innovación, avanzar con nueva tecnología, suplir necesidades y mejorando el servicio al cliente. La propuesta es mantener todo bajo control aplicando o volviéndonos a la plantación de la estrategia tradicional (diagnóstico, orientación, formulación, ejecución y control adicionando un esquema de eliminar, incrementar, reducir y crear).

En Colombia, han existido muchas empresas las cuales han fracasado debido a que no logran hacer el uso efectivo de los recursos humanos, financieros y materiales, mas que todo cuando estos son escasos, tal es el caso de las pequeñas y medianas empresas, lo que vemos es que no tiene una visión clara de la distribución sistematizada de sus recursos encaminados a sus objetivos.

Ya que no desarrollan planes estratégicos para la obtención de estos, logrando así una desorganización interna que conlleva a la quiebra o al conocido fracaso ya que obviamente no hay control de sus recursos. Otro punto crítico importante es la calidad de nuestros productos, se piensa en cómo mejorar los productos o servicios pero no en cómo mejorar el estado, las condiciones y la formación de los trabajadores, cuando ellos son los que producen a partir del conocimiento y la agilidad con la que cuentan.

Elemento vital para el sector transportador de carga en búsqueda de productividad y buen nivel de competitividad entendiendo que la política del

futuro debe inclinarse por instruir y dirigir de manera pertinente para alcanzar los objetivos planteados.

Por esta y muchas razones más es que la plantación estratégica permite a las organizaciones de hoy en día permanecer en el futuro, porque se convierten en empresas proactivas asegurando su éxito.

La única manera de vencer a la competencia es dejar de tratar de vencerla.

Habrán oportunidades de riesgo, trátense de un mercado conocido o desconocidos. Minimizar los riesgos de formular, al mismo tiempo maximizar sistemáticamente las oportunidades y ejecutar una estrategia para una nueva alternativa, ¿cómo haría una empresa?

Las estrategias para escenarios donde prevalece la competencia cuyos resultados han sido muy buenos en el sentido de conocer la manera de competir hábilmente, desde el análisis de la estructura económica básica de un sector existente, hasta la selección de una posición estratégica de bajo costo o de diferenciación o de especialización de la competencia.

La planeación del crecimiento, o de las condiciones para poder crecer, permite que los empresarios se puedan proyectar a largo plazo y en consecuencia crecer de manera constante. En el sector logístico se están generando ventajas competitivas de maniobrabilidad en operaciones, por cargues y descargues, pues en la ciudad existen grandes limitaciones, que de igual manera ocasionan contaminación ambiental.

La respuesta está dirigida verticalmente a una apuesta que realizan los empresarios, en búsqueda de innovación y nuevas tecnologías, avanzando en los sistemas que emplean y brindando un servicio mejorado a los clientes, con el objetivo de suplir necesidades.

Una de las grandes inquietudes generadas por el tema de inventarios, donde se deben manejar cuidadosamente, donde se deben tener en cuenta las variables de la demanda puesto que es necesario aplicar diferentes modelos a cada una. Estos cumplen con diversos objetivos, como mantener altos niveles de fill rate, entregas oportunas, buen servicio al cliente por evitar impactos de ruptura de stocks, amortiguación de la incertidumbre de la demanda, proveer variedad y resurtido, eficiencia en las compras, producción y evitar puntos de ventas agotados.

Al hablar de logística no sólo se hace referencia a empresas sino a otro tipo de actividades cotidianas

en la vida de un país, llegando a tocarse así el concepto de logística de la economía nacional, inclinado en los intereses económicos y financieros de la sociedad.

La administración de empresas radica en la posibilidad de mezclar todos y cada uno de los diferentes enfoques administrativos que históricamente han aportado valiosísimos instrumentos para mejorar el arte de la gerencia. [1]

Es posible extraer lo mejor de cada una de ellas y generar una nueva propuesta particular para cada empresa. Es así como podemos utilizar lo mejor de la planeación estratégica tradicional y lo mejor de la estrategia de océanos azules generando un nuevo enfoque que resulta muy beneficioso, en crecimiento y rentabilidad, para muchas empresas colombianas.

La nueva propuesta pretende que los gerentes retomen el proceso estratégico tradicional teniendo en cuenta el diagnóstico estratégico, la orientación estratégica, la formulación de la estrategia, la ejecución de la estrategia y el control estratégico como sus etapas fundamentales y adicionarle las herramientas de la estrategia del océano azul, aplicables al caso colombiano, que son: el cuadro estratégico, el esquema de las cuatro acciones y la matriz eliminar – incrementar – reducir – crear.

La planeación estratégica tradicional se mantiene con el enfoque hacia la competencia a fin de mantenerla bajo control evitando posibles sorpresas en medio de nuestro proceso de crecimiento y expansión. Paralelamente, las herramientas de océanos azules se deben aplicar en las etapas de diagnóstico y orientación estratégica, a fin de expandir los límites del mercado actual forzado por la industria creando nuevas alternativas que ni la industria ni mucho menos la competencia han tenido en cuenta y lo mejor de todo, sin necesidad de cambiar nuestro producto o productos.

Sin embargo, resulta más productivo y beneficioso determinar y analizar los factores que hacen de la Planeación Estratégica una de las armas más poderosas para la determinación y logro de los objetivos y el éxito empresarial, por el que tan denodadamente luchan tantos gerentes.

El proceso de análisis de la Planeación Estratégica, para tener una visión de conjunto del origen (qué, por qué, cuándo, dónde, cómo y quién) de la necesidad que tiene la empresa de elaborar un Plan Estratégico y ponerlo en ejecución. [2]

El problema de la actualidad es que se piensa en

cómo mejorar los productos o servicios pero no en como mejorar el estado, las condiciones y la formación de los trabajadores, cuando ellos son los que producen a partir del conocimiento y la agilidad con la que cuentan, elemento vital para el sector transportador de carga en búsqueda de productividad y buen nivel de competitividad, entendiendo que la política del futuro debe inclinarse por instruir y dirigir de manera pertinente para alcanzar los objetivos planteados.

Una buena planeación puede establecer la disponibilidad, por labores, de los trabajadores, aumentando la capacidad organizacional generando una ventaja competitiva permanente y en el empleado se deben fomentar los valores humanos, trabajar es parte económica y generar un valor agregado para la sociedad.

Otra cuestión es las necesidades del negocio, aumentar la productividad, flexibilidad y control de las operaciones de los centros de distribución, que apoyarán eficientemente la creciente demanda.

Eliminar duplicidad en los procesos. Reducir costos de fletes primarios (entre plantas y centros de distribución) en el transporte de productos.

Contar con una solución integral que les permitiera medir efectivamente la relación beneficio-costo.

La estrategia es cuestión de enfrentar a un oponente y luchar por un determinado territorio limitado y constante a la vez.

Competir por una participación en unos mercados cada vez más pequeños, aunque sea necesario, no será suficiente para mantener un alto desempeño. Las empresas deben ir más allá de la competencia a fin de lograr nuevas oportunidades de crecimiento y rentabilidad, deben crear nuevos mercados para sus mismos productos donde la competencia no ha pensado en abordar.

## Referencia bibliográfica

Cadena Logística. Revista Bimestral No 2,4. Editores S.A. 2007, Pág. 17, 21.  
[www.cadenalogistica.com.co](http://www.cadenalogistica.com.co).

**Docente:** Colaborador Bladimir Ramírez.