

EN EL NUEVO NORMAL... ¿YA EVALUASTE TU ESTRATEGIA?

Lissett Bastidas



Ahora que estamos más estabilizados en el New NORMAL, es indispensable actualizar la estrategia de los negocios y asegurar que las nuevas implicaciones del entorno estén consideradas, definiendo calls to actions específicos según escenarios de corto y mediano plazo

Muchas empresas reaccionaron apresuradamente ante la incertidumbre para mantenerse vigentes y adaptarse a las nuevas y cambiantes necesidades del cliente; haciéndolas tomar decisiones con mucha premura, y a realizar cambios en tiempo récord. Así, las empresas cambiaron sus operaciones, sus proyectos, inversiones y su manera de trabajar en equipo. Lo cual las dejó en un permanente estado de “emergencia” mientras siguen dedicando todo su esfuerzo en sobrevivir. Sin embargo, es imperativo que hagan tiempo para pensar en el futuro.

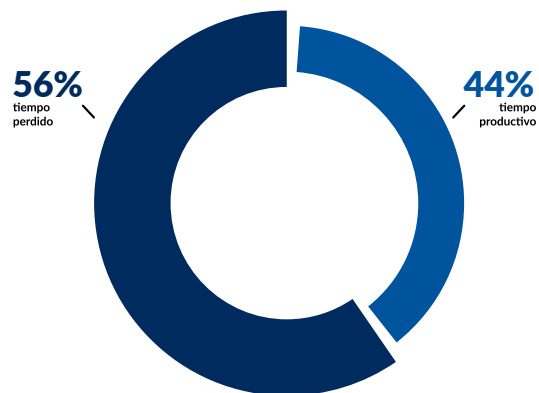
Ahora que estamos más establecidos en este nuevo normal, se vuelve indispensable revisar el plan estratégico, revisar qué elementos se mantienen vigentes y cuáles no, asegurando que las iniciativas y los esfuerzos de la organización tengan un rumbo claro.

Este ejercicio debe hacerse con visión de lo que ha pasado, lo que puede pasar (perspectiva) y lo que otros están haciendo (o dejando de hacer, es decir, oportunidades). Además del reto per sé que tiene este ejercicio, hoy hay que añadirle dos elementos que lo hacen aún más complejo: la incertidumbre del momento y la necesidad de ser ágiles en esta revisión/ toma de decisiones. Los planes estratégicos normalmente toman tiempo y esfuerzo de los directivos. En el **New NORMAL** estos procesos largos de toma de decisiones son una cosa del

pasado. La capacidad de subsistir radica para muchos en la capacidad de reaccionar ágilmente a los cambios o incluso, de propiciarlos.

Según cifras de Gartner, dentro de las empresas hay mucho tiempo perdido en la planeación estratégica de las empresas:

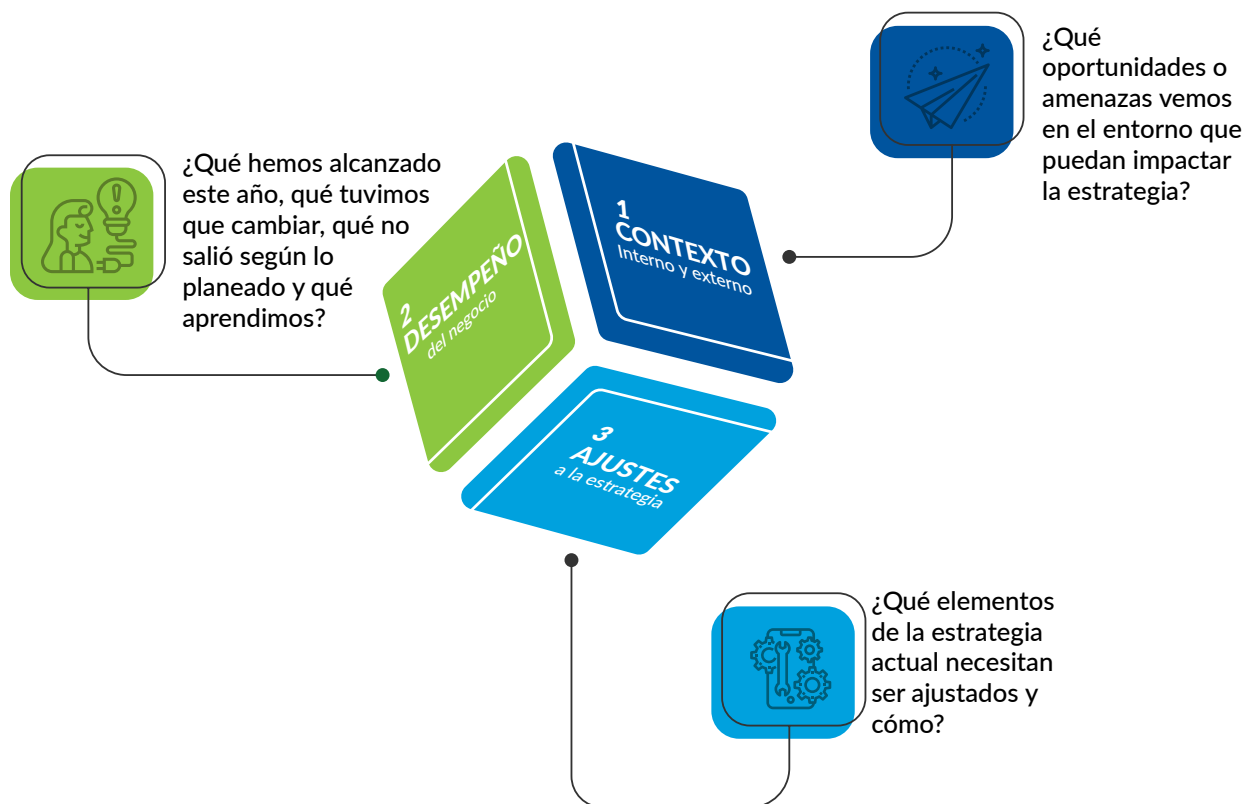
Tiempo perdido en planificación estratégica (promedio, ejecutivos y sus equipos)



En Sintec hemos desarrollado una metodología que ayuda a las empresas a reducir el nivel de complejidad al tomar decisiones sobre los planes estratégicos. Hemos facilitado estos ejercicios en diferentes industrias (tanto del sector privado, como público) y hemos aplicado esta metodología a nivel organización completa o por áreas, ayudando a reducir los tiempos y facilitar la toma de decisiones.

Nos enfocamos en 3 elementos clave:

1. Contexto- ¿Qué oportunidades o amenazas vemos en el entorno que puedan impactar la estrategia?
2. Desempeño- ¿Qué hemos alcanzado este año? ¿Qué tuvimos que cambiar? ¿Qué no salió según lo planeado? ¿Y qué aprendimos?
3. Ajustes - ¿Qué elementos de la estrategia actual necesitan ser ajustados y cómo?



Nuestra metodología está diseñada para analizar los objetivos estratégicos "hard" y "soft", desde evaluar si tu propósito o visión siguen siendo vigentes (esto tiene más relevancia para el período post-Covid), cómo se traducen éstos en objetivos y métricas relevantes y realistas y cuáles iniciativas deben continuar o reconsiderarse.

Nos aseguramos también de que la estrategia se conecte con la experiencia de los empleados, para llegar a un sentido de identidad o contribución compartido, que se vuelve más relevante en este tiempo de tele-trabajo y equipos remotos.

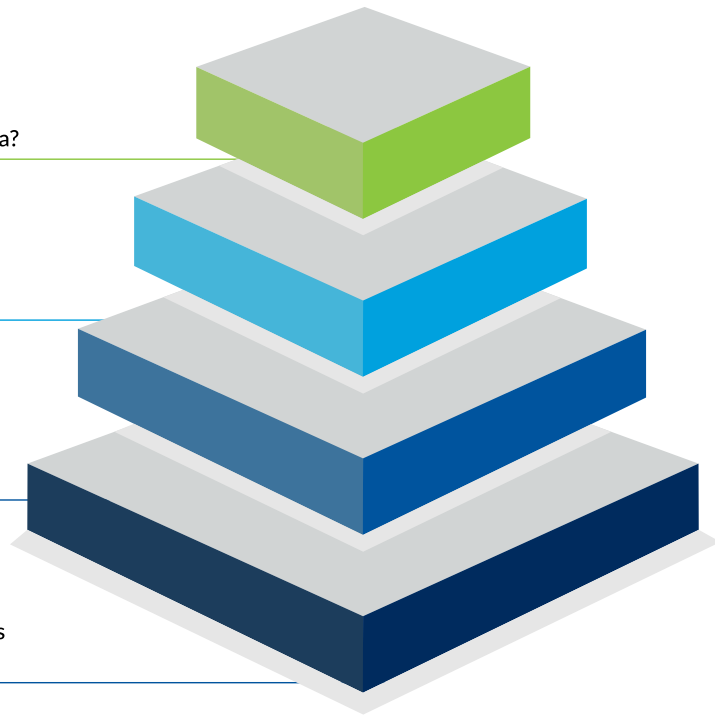
Y por último, ponemos sobre la mesa, mejores prácticas del mercado e información del contexto que facilita la toma de decisiones.

1 Misión, Visión, Valores
Hay factores internos o externos que nos lleven a modificar nuestra filosofía?

2 Objetivos
¿Nuestros objetivos siguen siendo relevantes y realistas y reflejan todas las metas actuales del negocio?

3 Métricas
¿Las métricas que definimos siguen siendo ambiciosas y alcanzables, considerando el contexto y los pronósticos del entorno?

4 Iniciativas
¿Tenemos todas las iniciativas mapeadas? ¿Cuáles deben ser incorporadas, eliminadas, modificadas y cómo?



Organización y Comunicación

Nos acercamos al cierre del año y es momento de asegurarnos de tener una estrategia y un rumbo lo más claro posible para un 2021 que sin duda vendrá acompañado de retos y oportunidades. Enfoquemos los esfuerzos de manera eficiente, evaluando los temas que realmente necesitamos evaluar a la par que mantenemos una visión holística de la estrategia.

Referencias:

- "Strategic Planning Guide." *Gartner*, www.gartner.com/en/insights/strategic-planning/cross-functional?ef_id=Cj0KCQjw-uH6BRDQARIsAI3l-Uei7QNacuFhcWcwds2vKP7A28E2XqSy3S6UJiAI53t-PCXLYEbyxtlaAqJ_EALw_wcB:G:s
- "How Long Will Our Strategic Planning Process Take?" *Starboard Leadership Consulting*, 23 Jan. 2019, www.starboardleadership.com/strategic-planning/how-long-will-our-strategic-planning-process-take/

Acerca de la autora



Lissett Bastidas

Directora de Transformación Organizacional, Monterrey
lissett.bastidas@sintec.com

Cuenta con más de 9 años de experiencia en consultoría. Lissett es experta en temas de gestión de cambio, gestión de talento y diseño organizacional, habiendo implementado más de 20 proyectos en distintas industrias incluyendo Bienes de Consumo, Retail, Banca y Productos Industriales.

CIUDAD DE MÉXICO / MONTERREY / BOGOTÁ / SÃO PAULO / SANTIAGO DE CHILE

www.sintec.com
informes@sintec.com

 /SintecConsulting  @Sintec  @Sintec_