

La Planificación Escondida



Es un error decir que hay negocios que no tuvieron planificación porque, sencillamente, es imposible ejecutar algo que no planificamos. Lo que existe es planificación incompleta, no documentada y poco sistemática. Esto es lo que explica la paradoja de que puedan existir “Negocios Exitosos” sin planificación (aparente) y que existan grandes oportunidades de mejora en esos mismos “Negocios Exitosos”.

La **planificación** es de carácter ontológico, sencillamente porque no es posible ejecutar sin una planificación previa. Todo sucede, primero, en nuestra mente y luego en el mundo exterior. Por lo tanto, decir que no hubo planificación porque no se siguió un procedimiento determinado o no se puede verificar en ciertos tangibles con formatos más o menos conocidos es, sencillamente, una falacia.

Mi crítica hacia los que argumentan sobre la ausencia de planificación en los negocios es simple: así como la teoría expresionista del arte es vacía, porque lo único que puede hacer un artista es expresar sus sentimientos y estados de ánimo, la argumentación respecto de la ausencia de planificación también lo es, porque no se puede ejecutar algo que no se planificó.

Los mediocres, que por definición son la moda (y me refiero a la acepción estadís-

tica del término), suelen pensar que todo lo que no sigue el paradigma que moldeó sus pensamientos es sencillamente ausente. Así, quienes estudian Project Management suelen pensar que si no existe un acta que constituya el proyecto, un documento que especifique cuáles van a ser las metodologías, técnicas y herramientas a utilizar, un desglose de entregables en términos de elementos más manejables que se terminan expresando en términos de actividades concretas que luego se secuencian y a las cuales se les puede asignar una duración, un responsable, etc., no realizan planificación.

Por su parte los que estudian negocios piensan que si no existe un análisis descriptivo del mercado (en términos de oferta y demanda) que identifique oportunidades de negocio, un análisis de los factores críticos de éxito en comparación contra nuestras capacidades en cada uno

Ec. Antonio de los Campos, PMP

No es posible ejecutar una acción sin una planificación previa. Todo sucede, primero, en nuestra mente y luego en el mundo exterior.



La planificación, a diferencia de los planes, es invaluable y las metodologías, herramientas, técnicas y modelos que se han desarrollado y perfeccionado a lo largo de los años, son imprescindibles para maximizar los resultados de nuestros negocios.

de ellos, una estrategia escrita y precisa que esté alineada con la misión y visión de la empresa, que luego derive en estrategias de portafolio, precio, distribución y promoción, no existe planificación.

Esta falacia nos lleva a rechazar la hipótesis de que lo que no se puede planificar no se puede ejecutar, o en términos más laxos, la hipótesis de que sin planificación no hay éxito (haciendo extensivo el término éxito a su máxima expresión). Así es que el mundo está lleno de “Casos de Éxito” que, en la estrechez intelectual de muchos, se logró sin planificación, y esto sacude los cimientos del paradigma. Error Tipo 1!, lo que no hubo fue planificación en términos de los lineamientos que nos baja el modelo específico que estudiamos. Planificación hubo, porque es imposible ejecutar sin una planificación previa. Sin ningún tipo de dudas.

Y si profundizamos en el análisis de aquellos negocios exitosos, que aparentemente se lograron sin planificación, vamos a darnos cuenta que se analizaron alternativas, que se manejó información histórica (materializada en experiencia), que se diseñó una estrategia, etc. Porque la estrategia no es más ni menos que un conjunto de hipótesis de relaciones causa efecto, por lo tanto, todo ser humano, salvo aquellos que se encuentren en estado de alienación, realiza este tipo de hipótesis y actúa en consecuencia.

Hasta el gerente menos alineado con las metodologías modernas y dominantes en el mundo de los negocios utiliza y analiza información histórica, sólo que ésta es monopolio de su persona y no de la Cía., está archivada en su mente y no en una planilla de cálculo, un power point o un word.

A estas alturas, quien leyere las líneas precedentes podría estar desarrollando, al menos, dos tipos de pensamientos extremos que como tales se conectan:

A) Las metodologías de gestión de proyectos y las teorías de administración de empresas no sirven para nada.

B) Este individuo no valora el potencial de las metodologías de gestión de proyectos ni las teorías de administración de empresas.

Permítame decirle que ambos postulados son falsos. La planificación, a diferencia de los planes, es invaluable y las metodologías, herramientas, técnicas y modelos que se han desarrollado y perfeccionado a lo largo de los años, son imprescindibles para maximizar los resultados de nuestros negocios.

Seguramente usted se ha enfrentado a empresarios que sin seguir ningún modelo de los que usted estudió, ha desarrollado un gran negocio. Es aquí cuando usted analiza el negocio en cuestión y llega a la conclusión: “Esto es un Desastre”! Pero cuando mira la última línea del balance dice “¡Qué gran negocio!” ¿Cómo es posible que un mismo negocio pueda ser, al mismo tiempo, un “desastre” y un gran “negocio”? Este tipo de paradojas siempre se explica por la existencia de “Falta de Información”.

Lo que sucede es que no visualizamos la existencia de muchos procesos que nuestro paradigma no nos permite ver y estos empresarios exitosos, presos de su orgullo, no visualizan que están perdiendo la posibilidad de acaparar más valor de su negocio. En otros términos, estos empresarios saben de dónde partieron y a dónde llegaron, pero no tienen ni idea hasta dónde podrían llegar si corrigen sus procesos de planificación, ejecución y control.

Así que la próxima vez que se enfrente a una cadena de Carnicerías, Panaderías, Empresa de Logística, Importadores, Exportadores, Productores, etc., no los subestime pensando que todo lo que lograron fue de casualidad e intente convencerlos de que, aunque usted no fue quien construyó su negocio comenzando desde muy abajo, puede ayudarlo a generar una mejora significativa si le permite corregir algunos aspectos metodológicos, contribuyendo a que el negocio pueda perdurar más allá de su ideólogo original.