

Nuevo Management

Cuáles son las posibilidades que nos conviene

Cuáles son las posibilidades que nos conviene

Elegir las posibilidades que nos conviene requiere pensamiento sistémico, más allá de los límites del holismo (considerar algo como un todo, sin tener en cuenta las relaciones con otros sistemas). Necesitamos conocer el ecosistema que nos rodea, nuestras relaciones con los sistemas adyacentes que son claves para que nuestra propuesta tenga sentido.

Ahora, los sistemas son abiertos y más dinámicos, la realidad es multidimensional, lo cual significa que si conocemos la realidad en toda su amplitud podemos ver todas sus posibilidades. El tema es saber, dentro de todas ellas, cuál o cuáles son las que estratégicamente nos conviene en cada momento.

La teoría empresarial clásica decía que las posibilidades partían del análisis de nuestros recursos y capacidades o las variables del DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades); precisamente esta limitada visión ha sido y es la principal causa de la elevada mortalidad empresarial en las últimas décadas.

Las empresas tienen que aprender a distinguir todas las posibilidades, sin las limitaciones mencionadas anteriormente, con un ejercicio de análisis “partiendo de cero” para luego poder confrontar cada una de éstas, al menos, con dos aspectos de su posicionamiento: aquellas propuestas que el mercado probablemente admita (oferta) o aquello que espera (demanda). Respecto a esto último, las empresas corren riesgo si no hacen lo que el mercado espera de ellas, igual que si proponen algo que el mercado no aceptaría. Por ejemplo, en general, el mercado no admite propuestas innovadoras de una empresa que considera conservadora. A pesar de ello, algunos empresarios y directivos lo intentan sin resultado; este es otro error típico en la toma de decisiones empresariales.

La cultura corporativa debe estar alineada con la percepción que tiene el mercado de su posicionamiento, y éste no sólo es creado por las decisiones de su personal, sino también por las de la competencia, sectores adyacentes, políticos. Las clásicas culturas corporativas rígidas, en un contexto dinámico, contribuyen al desposicionamiento.

Es interesante considerar que el posicionamiento no es estático, al contrario de como se consideraba en el management, porque de esta manera se pueden tomar iniciativas para cambiar las condiciones e intentar llegar a esas nuevas posibilidades, y esto da paso a que se elaboren varias estrategias para abordar cada una de ellas en el corto, medio y largo plazo, dependiendo de cuando las circunstancias sean las más adecuadas, bien por cambios externos, bien por iniciativa de la propia empresa (internos) o por ambas.

Con esta información podemos elaborar una matriz que nos sirva de herramienta estratégica: **Matriz C & J o Matriz de las posibilidades y el posicionamiento**. Esta tabla contendría la información mencionada en las siguientes columnas:

1) Posibilidades. Cada fila contendrá la descripción de una de las posibilidades (A...X)

2) Posicionamiento. Se divide en dos celdas, la primera cuando esta posibilidad parte de la propia empresa (oferta), con dos opciones de respuesta: PA (probablemente admitida) o PR (probablemente rechazada) y, en la segunda, pondríamos (E) cuando es esperada o el mercado la pide (demanda).

3) Condiciones necesarias. Recordemos que cuando estimamos una posibilidad PR (probablemente rechazada) pueden cambiar las condiciones para convertirse en PA (probablemente admitida). Se divide en dos celdas, la primera contiene una descripción de aquellas condiciones o circunstancias internas o propias de la empresa requeridas para que esa posibilidad sea PA (probablemente admitida) o E (esperada); la segunda celda contendrá la descripción de las condiciones de mercado.

4) Fecha prevista. Anotaremos la fecha en que prevemos se darán cada una de las condiciones.

5) Fecha revisión. Anotaremos la fecha de control en que debemos revisar las previsiones formuladas

MATRIZ C & J o MATRIZ DE LAS POSIBILIDADES Y EL POSICIONAMIENTO						
	(2) Posicionamiento		(3) Condiciones necesarias		(4) Fecha prevista	(5) Fecha revisión
	Oferta	Demanda	Internas	Externas		
(1) Posibilidades						
A						
B						
C						
...						
Posibilidad X						

© 2009 Carmen Fiestas y Javier Marzal

Esta matriz es uno de los primeros pasos de análisis y reflexión estratégicos para determinar cuáles son las posibilidades que nos conviene.

www.NuevoManagement.com

Reconceptualización empresarial, actividades y servicios para el cambio y la innovación

Próximas actividades en Barcelona y Madrid

Executive Building[©]

Preparación para directivos en las competencias de Nuevo Management

Más información, fechas e inscripción en: www.NuevoManagement.com

PATROCINADOR

mente sistémica

www.MenteSistemica.com