

Mega Planeación: Un enfoque Social en las organizaciones

Mega Planning: Social approach in the organizations

Mtra. María Elvira López Parra¹

Mtra. Nora Edith González Navarro

Mtra. Yara Landazuri Aguilera

Mtra. Zulema Isabel Corral Coronado

Resumen:

Las organizaciones tienen ya definido el rumbo de sus acciones, y esto se puede ver en la definición de la visión y misión que desean alcanzar, y a partir de ello es como las empresas desarrollan su planificación estratégica. De ahí que algunas instituciones han decidido cambiar sus paradigmas tomando como principal elemento de crecimiento el desarrollo de la sociedad en la que se encuentran, dejar como un medio sus actividades y con esto lograr sus fines, mismos que están definidos en sus contribuciones hacia la sociedad, hacia la organización y hacia sus productos.

Abstract

Organizations have their actions' course already defined, this can be noticed in their definition of the vision and mission they want to achieve, and from it is how companies develop their strategic planning. That is why some institutions have decided to change their paradigms taking as the main growth element the society development which they belong

¹ Profesoras investigadoras del Instituto Tecnológico de Sonora, adscritas al departamento de Contaduría y Finanzas.

to, leaving their activities as a mean and basing in this, to achieve their purposes, same that are defined in their contributions toward society, toward the organization and toward their products.

Palabras clave:

- Planeación Mega
- Organizaciones
- Enfoque social

Key words: ·

- Mega Planning
- Organizations
- Social Approach

En la actualidad las empresas se han visto obligadas, por los nuevos mercados y las exigencias de la competitividad a elevar cuantitativamente sus indicadores con el objetivo de alcanzar mayores márgenes de utilidad, productividad, entre otros y esto hace que dichas organizaciones se concentren en la operación y logro de objetivos empresariales sin tomar en cuenta el impacto que estas actividades pudieran darse en la Sociedad.

Por lo que la visión del empresario se fija, en la mayoría de las veces, en el logro de los objetivos empresariales como: aumentar mercado, elevar el índice de utilidades, disminuir gastos, definir estrategias para disminuir el pago de impuestos, olvidando el aspecto social o mega, en donde el factor relevante es la sociedad a la que se debe.

Las organizaciones tienen ya definido el rumbo de sus acciones, y esto se puede ver en la definición de la visión y misión que desean alcanzar, y a partir de ello es como las empresas desarrollan su planificación estratégica. Esto nos lleva a pensar que realmente están planeando de manera “estratégica” sus operaciones, el problema no es esto, sino la falta del valor agregado que requiere una sociedad que exige productos y servicios que los apoyen en su crecimiento económico.

De ahí que algunas instituciones han decidido cambiar sus paradigmas tomando como principal elemento de crecimiento el desarrollo de la sociedad en la que se encuentran, dejar como un medio sus actividades y con esto lograr sus fines, mismos que están definidos en sus contribuciones hacia la sociedad, hacia la organización y hacia sus productos.

Este enfoque social ha reorientado la importancia que tiene para la empresa el desarrollo de la sociedad como dice Chiavenato (2001) las personas se organizan para conseguir satisfacciones sociales que sólo las organizaciones pueden brindarles (p. 43). Por otro lado, algunas empresas además de identificar el bienestar económico que les proporciona la sociedad procuran regresarle a ésta el bienestar social que les permita el mejoramiento de la calidad de vida.

El Dr. Roger Kaufman (2000) cuestiona: si la organización es la solución... entonces ¿cuál es el problema?, reflexionando sobre este cuestionamiento, podemos determinar si las instituciones están aportando valor a la sociedad, si la base de su existencia está determinada por las operaciones que generalmente se han llevado a cabo o por el valor añadido que dichas operaciones le dan a la sociedad. De esta manera podemos identificar si se está contribuyendo o no a la comunidad, y si se está obteniendo un beneficio social por parte de la empresa.

Kaufman comenta que el éxito organizacional y las personas dependen del uso de las nuevas realidades que se tiene en el marco de la globalización para cambiar sus paradigmas y su forma de pensar y de hacer. Para ello propone identificar los fines de los medios.

Los fines son los resultados, impactos o alcances que obtienen las empresas al aplicar los medios, o sea que son los logros de las instituciones, por otra parte los medios son los métodos por los cuales se desarrolla una acción o bien una actividad, son los procesos, actividades, recursos o técnicas que se utilizan para entregar un resultado. Por otra parte y

aunado a lo que se comenta sobre fines y medios, el autor propone tres niveles de resultados para la planificación de las organizaciones:

- a) Mega: Se presenta cuando las organizaciones planifican dirigiéndose a la sociedad como el principal cliente y beneficiario de lo que se haga.
- b) Macro: Esta aparece los resultados están enfocados a la misma organización
- c) Micro: Cuando la planificación se enfoca a los individuos o pequeños grupos en las organizaciones.

Por ello es importante alinear los tres niveles de resultados en la planificación ya que lo que las instituciones realicen de manera interna en sus procesos deben tener un resultado que traiga una consecuencia favorable para el cliente externo, o sea a la sociedad, esto quiere decir que las operaciones de las empresas deben contribuir con un valor añadido a la sociedad.

Por otra parte María Malott (2001) comenta que las organizaciones deben diseñar sistemas proactivos que permitan alcanzar la visión, siendo la responsabilidad de las autoridades influir en las organizaciones para el bienestar último, la sociedad. Es por ello que Malott considera importante no fomentar la miopía organizacional en las empresas, o sea que las estrategias estén enfocadas a su fin último y que el trabajo de sus colaboradores sea el indispensable para lograr dicho fin, y no estar haciendo actividades que no lleven a un impacto social.

A continuación se muestran algunos ejemplos de empresas que encaminan sus acciones a darle un valor a la sociedad e incorporan en sus actividades las nuevas realidades que menciona Roger Kaufman.

Una de las cadenas farmacéuticas mexicanas más importantes “Benavides”, no solo se preocupan por ofrecer los mejores productos y el mejor servicio al cliente; sino también por contribuir al desarrollo del entorno siendo esta su prioridad en la operación diaria. Por lo que se encuentran comprometidos en apoyar el desarrollo social a través de iniciativas que contribuyan al bienestar de los colaboradores, sus familias y de la comunidad, para ello trabajan en conjunto con algunas Instituciones de asistencia, ayudan en la solución de problemas por lo que muchas personas con necesidades especiales han sido beneficiadas por este proyecto.

Para mantenerse en el gusto de los clientes es importante considerar el dinamismo del mercado por lo que los productos deben ser aquellos que le den satisfacción y cumplan con su bienestar de ahí que esta cadena farmacéutica abre un abanico de servicios para aquellos que lo buscan. Ahora esta cadena es de las más grande a nivel nacional con más de 500 sucursales distribuidas en 17 estados de la República Mexicana.

En el ramo de los cosméticos y productos para la mujer, existe una empresa líder en las ventas directas en nuestro país “Avon”, busca ser la compañía que mejor entienda y satisfaga los deseos de autoestima en la mujer de todo el mundo, por lo que ha brindado a las mujeres la oportunidad de ser independientes económicamente, a menudo en lugares

donde existen pocas opciones, gracias a ello, 3 millones de representantes de ventas en el ámbito mundial gozan hoy de grandes beneficios.

Para esta empresa, el futuro implica analizar los elementos que la rodean para realizar transformaciones dirigidas a buscar el bienestar de lo más valioso de la empresa: su gente. A lo largo de estos años, la empresa de cosméticos ha implementado diversos programas encaminados a beneficiar a la mujer, así como a su familia, por lo que en México cuenta con dos programas de Responsabilidad Social Corporativa con los cuales se brinda apoyo en problemáticas en el ámbito de la salud y del maltrato que afectan a miles de mujeres.

En ella se trabaja de manera conjunta con asociaciones civiles, instancias gubernamentales y la sociedad en general, para reducir las estadísticas de esa problemática y así hacer una diferencia en ambos casos. De ahí que no solo toma en cuenta su estructura organizacional rígida sino que también incluye un nuevo enfoque organizativo considerando otras instituciones que apoyan el logro de su planteamiento mega, enfocado a satisfacer las necesidades de la sociedad.

Esta iniciativa fue implementada en el año 2004 en México como parte de las actividades de responsabilidad social que realiza y que conjuntamente con la Cruzada Contra el Cáncer en la Mujer, expresan el compromiso de la compañía por satisfacer las necesidades de la mujer de manera integral. Los resultados que se han obtenido se pueden observar en cuestiones tan concretas como la construcción de la clínica, unidades móviles que realizan mamografías y papanicolaus en los lugares más recónditos de la República, la donación de instrumental médico para equipar clínicas de displasia en todo el país.

Para que esta empresa de cosméticos haya logrado tantos éxitos a favor de la Mujer y aun siga cosechando, se tomó muy en cuenta a los creadores y hacedores (su gente) de todas las actividades y procesos llevados a cabo ya que son ellos quienes han otorgado el valor adicional a la sociedad. De ahí la importancia de involucrar y profesionalizar a todo el personal que directa o indirectamente hacen posible su visión para que esto sea el reflejo de una mejor sociedad.

También las instituciones públicas, por el giro de su actividad, han estado alineando sus acciones al beneficio de la sociedad, tal es el caso del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) que tiene como visión ser parte de una sociedad que continuamente mejora la supervivencia, salud, autosuficiencia y bienestar de sus ciudadanos, generando contribuciones de alto valor agregado a la sociedad y economía del conocimiento. Esta universidad cuenta con cuatro ecosistemas de innovación:

- a) Educación y salud,
- b) Software y logística,
- c) Biotecnología y agronegocios y
- d) Ecoturismo y desarrollo sustentable,

los cuales siguen la línea para alcanzar la visión de contribuir a la mejora de la supervivencia, salud, autosuficiencia y bienestar de la región.

El ITSON cuenta con centros que promueven la participación de la comunidad y la mejora de los mismos, entre ellos está el Centro Universitario para el Desarrollo Comunitario que

tiene el objetivo apoyar al desarrollo de comunidades poco apoyadas por lo que el pasado Octubre 2008 se colocó la primera piedra en una colonia popular de Ciudad Obregón en donde se beneficiarán mas de 30 colonias de la zona suroeste de la ciudad, entre los servicios que ofrece este centro son: escuelitas deportivas, talleres artístico-culturales, programa de formación de competencias técnicas, programa de formación de emprendedores sociales, programas de desarrollo humano, guardería, entre otros. La función de este centro apoyará a la visión del ITSON en la contribución al desarrollo de comunidades económicamente mas autosuficientes, saludables, con mayores índices de supervivencia y un amplio sentido de bienestar que se traduzca en una mejor calidad de vida de los habitantes de las colonias urbano-marginadas del sur de la ciudad.

Otro ejemplo de que la planificación de las empresas se enfocan en la sociedad o bien su cliente externo es televisa y su propuesta de Teletón, esta última es una Fundación que respeta y salvaguarda la dignidad de la persona y busca servir a los menores con discapacidad ofreciéndoles una rehabilitación integral que promueva su pleno desarrollo e integración a la sociedad (Teletón, 2008)

Este proyecto convoca a todo México promoviendo valores como el amor, la generosidad y la solidaridad.

Cuenta con 13 centros de rehabilitación y su instituto de estudios superiores en rehabilitación (ITESUR), en donde se ofrecen servicios de rehabilitación infantil privado, siendo la institución más grande del mundo, con una capacidad de atención a más de 70 mil pacientes, bajo el lema de: “El amor y la ciencia al servicio de la vida”.

En Teletón se creó el Instituto Teletón de Estudios Superiores en Rehabilitación (ITESUR) que ofrece, dentro del sistema de salud mexicano y a través del modelo de atención integral, una oportunidad de rehabilitar e integrar a la sociedad a niños y jóvenes con discapacidad neuromúsculoesquelética desde su nacimiento hasta los 18 años.

De acuerdo a sus estadísticas se han atendido 28,721 niños; por lo que los familiares beneficiados suman 86,163 y servicios brindados de 4,555,499 estas cifras son al 2008. De ahí la importancia que tiene la planificación de las organizaciones en enfocar su quehacer en el desarrollo de una sociedad que pide el mejoramiento de la calidad de vida.

La planificación mega es una propuesta para mejorar los resultados del negocio, los indicadores sociales y la forma de organizarse en las empresas. También es verdad que algunas otras fuerzas influyen en los indicadores, como es el caso de cambios económicos, políticos y sociales que se desprenden de la globalización, sin embargo un fuerte elemento para que esto se de es sin duda la mega planeación que concibe a la organización desde afuera hacia adentro, por lo que las organizaciones deben tener una visión social que contribuya con su bienestar y mejoramiento en la calidad de vida.

Una vez que las organizaciones tengan claro el círculo de beneficios sociales y económicos deben llevar a cabo acciones que seguramente las harán más competitivas y a las instituciones que conforman su cluster; pues si aumentan la eficiencia de las empresas que fueron apoyadas éstas crearán un valor social y este valor social se transformará en la recuperación de la inversión.

Volteando a ver los momentos por lo que está pasado la economía mundial, el estancamiento o retraso en la economía de las comunidades, son el gobierno y las empresas consolidadas quiénes deberán apoyar y proveer el bienestar social, sin embargo, son ellas también, las que en su afán de lograr aumentar sus utilidades, olvidan que para aumentar dichas utilidades es necesario que la sociedad se encuentre en posibilidades de crecer.

El enfoque social también genera utilidades ya que las empresa entre mejor se encuentren con la sociedad mejores resultados económicos tendrán pues la cadena de valor se propicia precisamente en la comunidad cuando las organizaciones anteponen sus objetivos a los objetivos de una sociedad que es próspera, autosuficiente y cuenta con bienestar social es entonces cuando las empresas adquieren los beneficios de dicha sociedad y sus utilidades se ven reflejadas en su crecimiento.

Revisión Bibliográfica

Chiavenato, I. (2001). *Administración: teoría, proceso y práctica*. Colombia: Editorial McGraw Hill. Pag. 43.

Kaufman, R. (2000). *Mega Planning: practical tools for organizational success*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. Pag. 2, 29-37.

Malott, Maria. (2001). *Paradoja de cambio organizacional*. Editorial Trillas, México.

Farmacia Benavides. Nuestros servicios. Página consultada el 3 de Feb. 2006 de <http://www.benavides.com.mx/sp/menu.asp>

Avón México. Página consultada el 3 de Feb. 2006 de <http://pr.avon.com.mx/PRSuite/info/about.jsp>

Teletón. Página consultada el 19 Enero 2009 de http://o.teleton.org.mx/index.php?option=com_frontpage&Itemid=90