

Si usted no puede visualizar correctamente este mensaje, [presione aquí](#)



Boletín técnico de INDISA S.A.

Medellín, 19 de marzo de 2010

No.81

LAS EMPRESAS DE CLASE MUNDIAL

Empresas que vibran con un mundo en transformación y evolución



Autor: Enrique Posada Restrepo
Ingeniero Especialista, INDISA S.A.

El mundo se agita y sufre crisis económicas constantemente que son superadas con nuevos ciclos de crecimiento. Las empresas de clase mundial jalonan el crecimiento y aprovechan las exigencias de los mercados globales.

En ellas se aprecia el poder de contar con una visión global, el efecto del trabajo organizado y las ventajas de aceptar los desafíos de la competitividad. Así, cualquier empresa comprometida y visionaria está en capacidad de adoptar aquellos recursos y filosofías que han sido exitosos en las empresas de clase mundial y convertirse en una de ellas.

Características de las empresas de clase mundial

Las empresas de clase mundial se caracterizan por ir más allá de las limitaciones y los

miedos personales de sus integrantes, más aún, se apoyan en sus capacidades, valores e inteligencia para superar las limitaciones lugareñas y tradicionales. Se apoyan en las ideas inteligentes y atractivas, en las personas capaces, en la búsqueda entusiasta de las nuevas oportunidades, del nuevo conocimiento, de la nueva tecnología. Se atreven a plantear posibilidades visionarias, desafiantes, estimulantes, en busca de un mundo mejor, en el cual sean las protagonistas.

Estas empresas manejan y resuelven los problemas de tipo reactivo y agresivo que generan comportamientos de baja calidad, establecen un ambiente adecuado, limpio, ordenado, de trabajo en equipo, con buenas comunicaciones. Prestan excelente atención a las personas, a los recursos, a los clientes, a los proveedores, a los productos, a la calidad, al conocimiento.

Estimulan las ideas, el trabajo inteligente, la imaginación, la participación, la creatividad, la honestidad, la confianza, la apertura y las emociones constructivas; celebran los buenos momentos y los buenos recuerdos. Trabajan de forma integral y objetiva, planificando, midiendo, observando y aprendiendo, cambiando, evolucionando.

Las compañías de clase mundial desarrollan sus servicios y sus productos a la medida de las necesidades del cliente y de sus expectativas actuales y futuras. La voz del cliente es escuchada, atendida y comunicada a toda la organización.

Buscan activamente el conocimiento. Valoran el desarrollo continuo del recurso humano en todos los niveles de la compañía, difundiendo la idea muy participativa de que la gente es el activo más valioso.

La creación del hábito de pensar con ideas de clase mundial

- Se establece una mentalidad de clase mundial, basada en valores y visiones de clase mundial
- La organización debe aprender a pensar en modo de clase mundial
- Los líderes conducen a la empresa a hablar en modo de clase mundial
- La gerencia lidera la realización de acciones de alcance mundial

Cómo lograrlo

- Salirse de la zona local: Ver los problemas de la humanidad como oportunidades para la empresa a través del poder de la visión y de la probada capacidad.
- Compararse con lo mundial: Adoptar aquellos recursos y filosofías que han sido exitosos en las empresas de clase mundial.
- Participar y estimular la participación: Una empresa de clase mundial cree que puede ejercer influencia sobre la realidad mundial y por ello se atreve a participar.
- Manejar el riesgo y la incertidumbre: En la escala mundial hay mayores

indeterminaciones que a nivel local. Las incertidumbres se pueden aprovechar para encontrar espacios y aportar nuevas soluciones de alta calidad y en conjunto con la participación y la inteligencia se logra que surjan ideas válidas para manejar los riesgos y evitar los errores. Se desarrolla así la inteligencia empresarial.

- Incentivar el conocimiento: Crear convenios y relaciones estrechas con universidades, proveedores de tecnología, asesorías y centros de saber, para aprovechar la investigación y el desarrollo y lograr ventajas competitivas a largo plazo.
- Tener una visión completa de la realidad: En los lados opuestos aparecen las visiones complementarias y son muchas las posibilidades de resolver un problema, no hay que fijar limitaciones arbitrarias ni juzgar apresuradamente. La visión amplia de la realidad es abundante en puntos de vista. Las compañías de clase mundial se aproximan de verdad a la realidad y utilizan prácticas como el "Benchmarking" para evaluar y conocer las mejores políticas y prácticas de su sector y de la industria a nivel mundial.

Aspecto	Lado uno de la realidad	Lado dos de la realidad
Lo que domina	La mente y lo consciente	Lo físico y lo inconsciente
Lo que se percibe	Ideas e información concreta	Sentires e información difusa e intuitiva
Lo que se recuerda	Lo discreto y separado	Lo global e integrado
Lo que se expresa	Lo escrito y lo verbal	Los gestos y las imágenes
Cómo se piensa	De modo analítico, lineal, lógico, convergente, deductivo	De forma visionaria, sintética, espacial, divergente, inductiva
Cómo se actúa	Se prueba y se ejecuta	Se visualiza y se proyecta
En qué se enfatiza	Normas, recursos, capital, tecnología	Visión y valores, motivación, ideas y creatividad
Cómo se presentan las cosas	Sin dudas, en blanco y negro, con palabras asertivas	Con alternativas, con tonalidades, con imágenes
Valores	Expansión, dominio, competencia, tamaño	Conservación, asociación, colaboración, calidad
Cómo se conoce	Por partes	Globalmente

Visiones de la realidad

- Buscar la unidad: Las compañías de clase mundial buscan la integración de objetivos. Tienen políticas, prácticas y sistemas de medición que promueven los objetivos y actividades de las diferentes áreas funcionales, haciendo énfasis en que la calidad, costo, tiempos de ciclos y servicio al cliente, no solo son compatibles y posibles en todas las áreas de la compañías, sino que además son necesarios y prioritarios.
- Explorar otros universos: Las compañías de clase mundial desarrollan nuevos sistemas productivos para estandarizar y simplificar sus operaciones para reducir tiempos e inventarios. Se acercan a los problemas, no los ocultan. Estas

compañías no tienen miedo a realizar cambios, si el cliente los pide. Ajustan sus sistemas en forma flexible. Se atreven a buscar nuevas formas de trabajo

Las empresas de clase mundial aplican estrategias de planeación novedosas como la regla de las 7 P's (Proper Prior Planning Positively Prevents Poor Performance) : Una adecuada y previa planificación evita con mayor probabilidad que haya malos resultados.

El contar con herramientas adecuadas facilita el extenderse por el mundo.

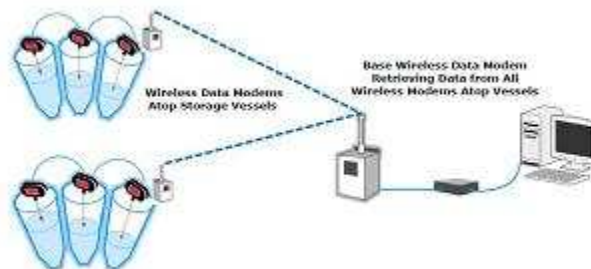
Las empresas inteligentes se desarrollan, se tecnifican y están en capacidad de extenderse por el mundo sin que se agote su energía. Aprovechan las amplias, crecientes y casi ilimitadas posibilidades de mundo moderno para comunicarse bien, encontrar nichos, contactos y oportunidades.

La energía de la amistad y de las buenas relaciones es real y la solidaridad, el trabajo en grupo, la atención y el cariño contribuyen a extenderse por el mundo de manera más fácil.

NOVEDADES

Al mercado Colombiano llegó el software de manejo de inventarios o IMS por sus siglas en ingles. Dicho software realiza una interface con los equipos de medición. Suministra una representación grafica de los recipientes medidos e información detallada del mismo. Datos históricos de inventario obtenidos de manera grafica y almacena cada lectura realizada. Además el IMS permite acceso desde locaciones remotas. Es una herramienta muy poderosa para áreas de producción y control de inventario de materias primas y producto terminado.

[Mas información.](#)



La delegación de Colombia es la más numerosa de los IX Juegos Suramericanos Medellín 2010, con 644 deportistas acreditados para el certamen que se realizará del **19 al 30 de marzo** con un total de 3.751 competidores.



Si usted no recibe esta publicación directamente de INDISA S.A. o si desea recomendarnos a alguien para que la reciba, [presione aquí](#)

Para consultar las ediciones anteriores del boletín INDISA On line, puede entrar a <http://indisaonline.8m.com/>. En esta página se encuentran todos los boletines en formato de página web, para que usted pueda grabarlos en su computador e imprimirlos.



Tel: (574) 2605533
Medellín-Colombia
mercadeo@indisa.com.co
<http://www.indisa.com/>

