



2. Concepto de administración

ADMINISTRAR

PLANIFICAR

Qué objetivos se desean alcanzar
Cuándo se desea que los objetivos sean alcanzados
De qué forma se quiere alcanzar los objetivos

ORGANIZAR

Qué lugar concreto ocupa cada elemento patrimonial
Qué papel concreto debe desempeñar cada elemento patrimonial

DIRIGIR

Tomar decisiones
Ejercer la autoridad
Conducir las actuaciones de los subordinados

CONTROLAR

Comprobar que todo va aconteciendo según lo planificado
Detectar las desviaciones y corregirlas



3. Concepto de planificar

"Si no sabes dónde vas d'qué más da el camino?" Alicia en el País de las Maravillas.

Planificar es definir lo que se quiere lograr, cómo se piensa lograrello y cuándo se alcanzarán las metas propuestas. d'Qué, cómo y cuando?. Antes de elaborar cualquier plan será necesario realizar un diagnóstico de la situación actual.

4. Ventajas que proporciona la planificación

PLANIFICACIÓN

Define el camino a recorrer en el futuro

Anticipa los cambios

Permite prever anticipadamente las consecuencias de los cambios

Permite anticipar las respuestas a los cambios

Reduce la incertidumbre

• Debe afectar a toda la empresa

• Permite saber si nos desviamos de los objetivos y a qué distancia estamos de ellos.

• Los objetivos deben ser:

S.M.A.R.T

Específico | Medible | Alcanzable | Realista | en Tiempo

Define las actividades a desempeñar

Coordinación de actividades

Cooperación entre trabajos

Desaparición redundancia de actividades

Incremento eficacia trabajo en equipo

Define los objetivos a alcanzar

Establece estándares

Posibilita el control

Detecta desviaciones

Permite corrección

LOS PLANES DEFINEN
 ↓
LOS OBJETIVOS Y CÓMO ALCANZARLOS

↓
 Y son necesarios para

Configurar una organización adecuada de los recursos

Definir el tipo de dirección más adecuada

La manera de establecer el control de las actividades



5. Tipos de planificación

5.1. Según su naturaleza

♥ **Propósitos:** Metas fundamentales perseguidas por la empresa
 "Elaborar diferentes productos lácteos"

♥ **Procedimientos:** Secuencia de pasos a realizar en determinadas actividades
 "Ciclo de espera de los pagos"

♥ **Objetivos:** Concepción de los logros a alcanzar (grajos y promociones)
 "Producción de yogur dietético" Rode sea certificado o no

♥ **Reglas:** Es una norma impuesta
 "La compra de material debe estar autorizada por el jefe de depto."

* ♥ **Estrategias:** Debe conducir a una ventaja competitiva (defenderse o ofesar ventaja)
 "Comercializar a través de establecimientos de régimen"

♥ **Programas:** Se lleva la descomposición de un plan u objetivo superior
 "Renovación de equipos"

♥ **Políticas:** Principios en los que deben basarse acciones y decisiones
 "Los empleados cobrarán en 15 pagos"

♥ **Presupuestos:** Quantificación económica de un plan
 "Cuenta de expectación esperada de la introducción del nuevo yogur dietético"

5.1.3. Estrategias

	Origen Interno	Origen Externo
Fortalezas Fuentes	D Debilidades	A Amenazas
Puntos Débiles	F Fortalezas	O Oportunidades

→ Análisis Dafó: No sirve analizar sin tomar medidas

Debilidades → Adoptar medidas para reducirlas

Amenazas → Adoptar medidas para contrarrestarlas

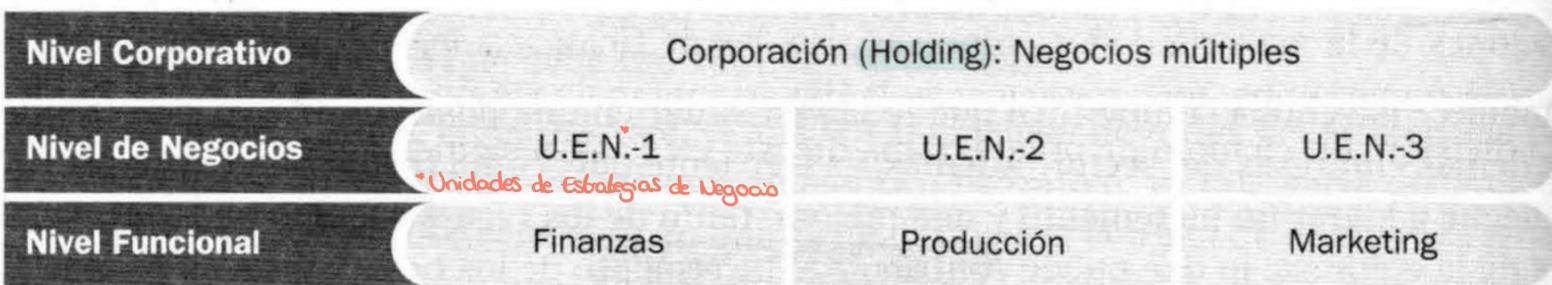
Fortalezas → Adoptar medidas para generar ventaja competitiva.

Oportunidades → Adoptar medidas para aprovecharlas y alcanzarlas.



■ FIGURA 7.4. El ambiente externo: el sector y los ámbitos de influencia.

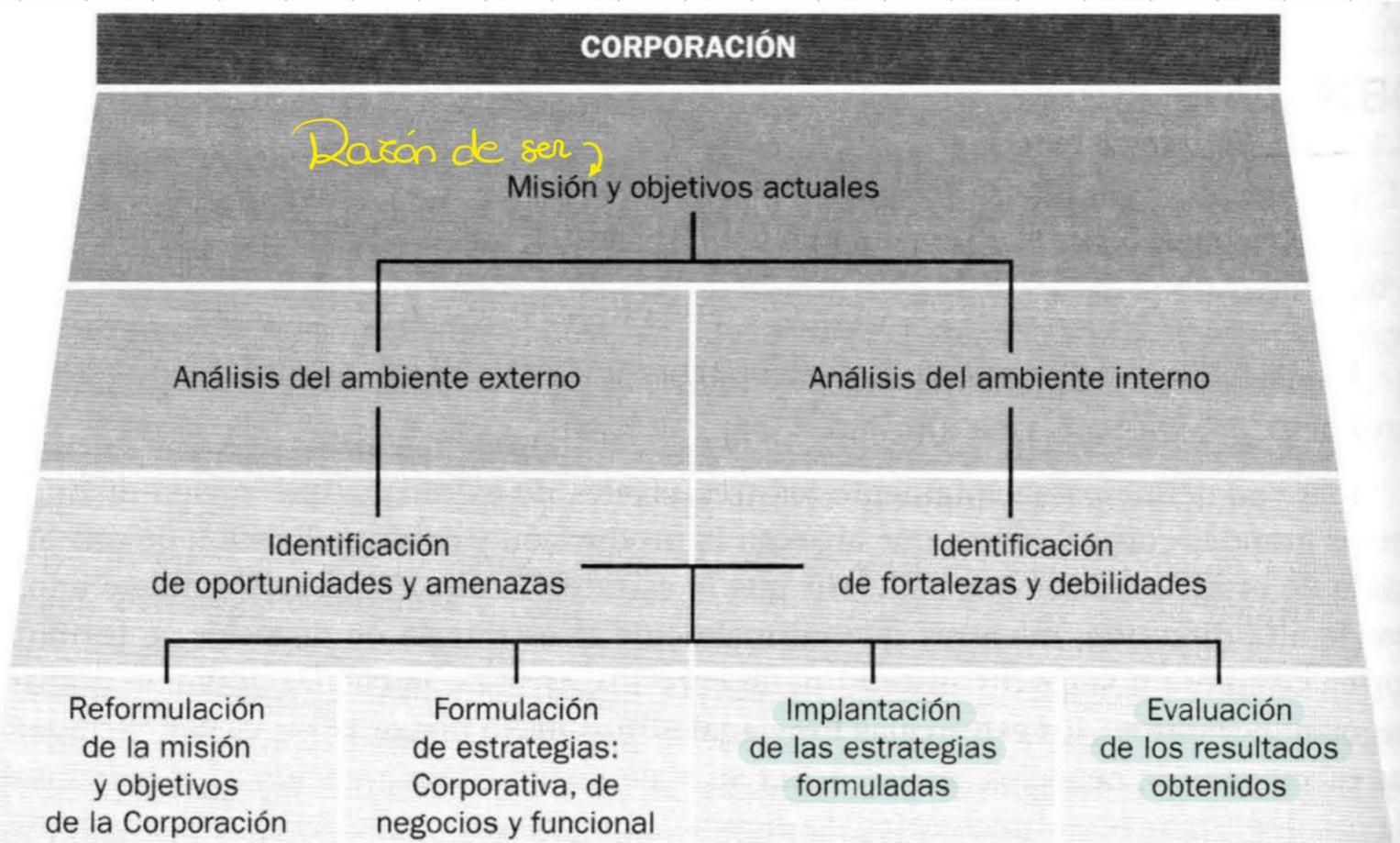
5.1.3.1 Niveles de estrategia



■ FIGURA 7.5. Niveles de estrategia.

- Corporativa → Define en qué negocios participa la empresa y determina el papel que cada negocio jugará en el conjunto de la corporación. (Alta dirección)
- Unidad de negocio → Cómo deberíamos competir en esta unidad de negocio, dado que su producto, mercado, cliente pueden ser diferentes de los demás. (Dirección de Unidad de negocio)
- Departamento → Apoya a la estrategia de nivel superior a través de la disposición de los recursos necesarios y los sub-objetivos asignados. (Dirección de la unidad funcional)

5.1.3.1.3 Estrategia Funcional



■ FIGURA 7.7. Proceso de estrategia.

○ 5.2. Tipos de planificación

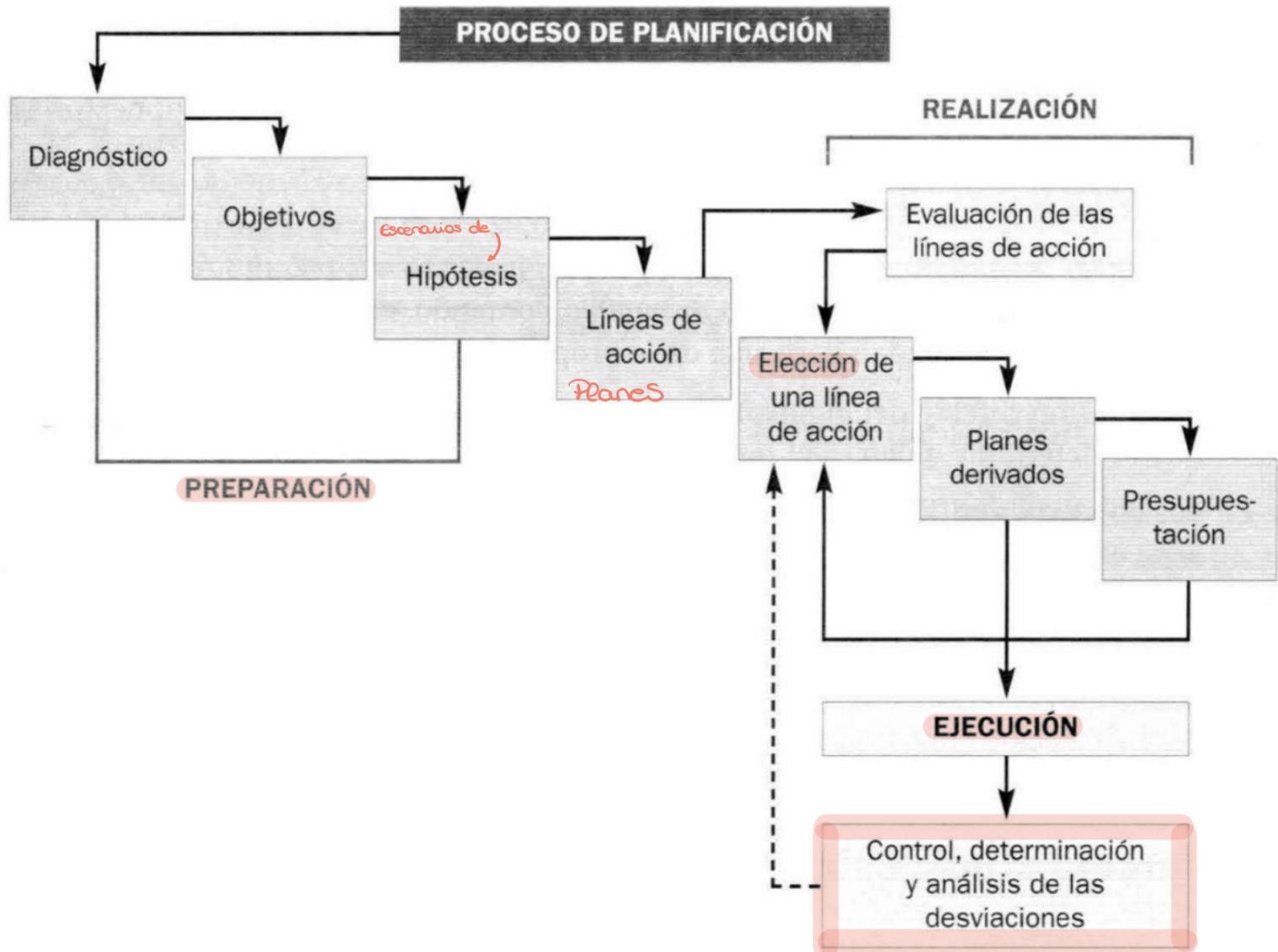
♥ Largo plazo → Horizonte superior a los 5 años. Orientación a la evolución de aspectos estructurales, tales como la expansión a nuevos negocios o mercados.

♥ Medio plazo → Período entre 1 y 5 años. Orientados a potenciar u optimizar la presencia en algún mercado, tales como ganar cuota de mercado, costes de producción, desarrollo de capacidades de los trabajadores, etc.

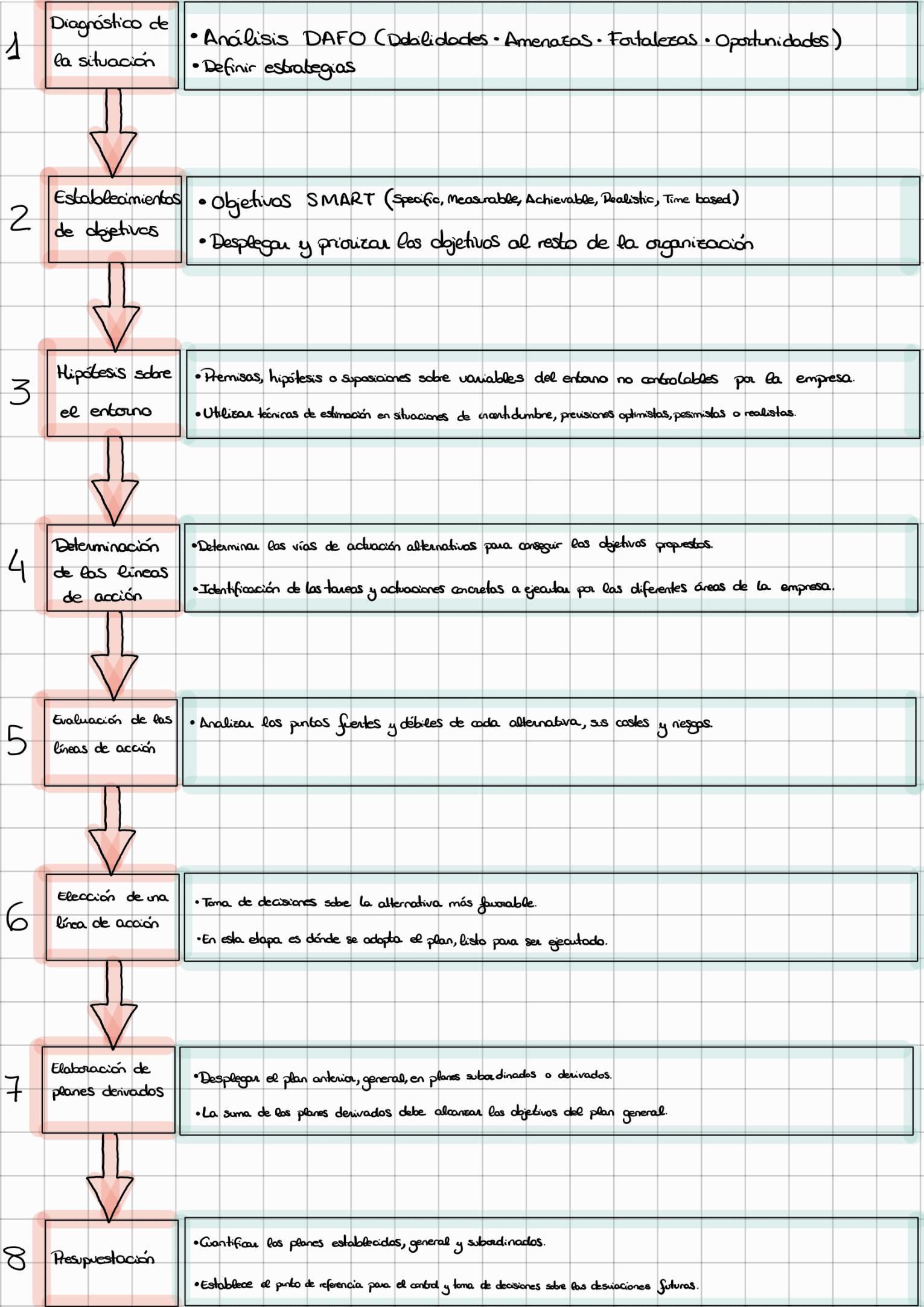
♥ Corto plazo → Objetivos a conseguir en el futuro inmediato, 1 año, el próximo ejercicio económico. Orientación a conseguir un presupuesto basado en crecimiento de ventas, beneficio, reducción de costes y tiempos, etc.

* Según el tipo de empresa, sector de actividad, etc. suelen establecerse diferentes plazos, e incluso hablar únicamente de planificación anual y plurianual.

★ 6. El proceso de planificación



■ FIGURA 7.8. Etapas del proceso de planificación.



○ Ejecución y control

Ante las desviaciones detectadas caben dos posibilidades:

- Corregir las acciones necesarias para conseguir los mismos objetivos establecidos
- Revisar el plan y modificar los objetivos propuestos en base a acontecimientos ocurridos y no controlables por la empresa (Forecast).
Mirar hacia delante