



**Tema 4**

# **Planificación y control**

**Asignatura: Empresa I**

Profesora: Rocío Cortés Grao



**Visión general del directivo**

1

**Planificación**

2

**Proceso de Planificación**

3

**Planificación: *Objetivo, estrategia y plan***

4

**Control**

5

**Tipos de control**

6

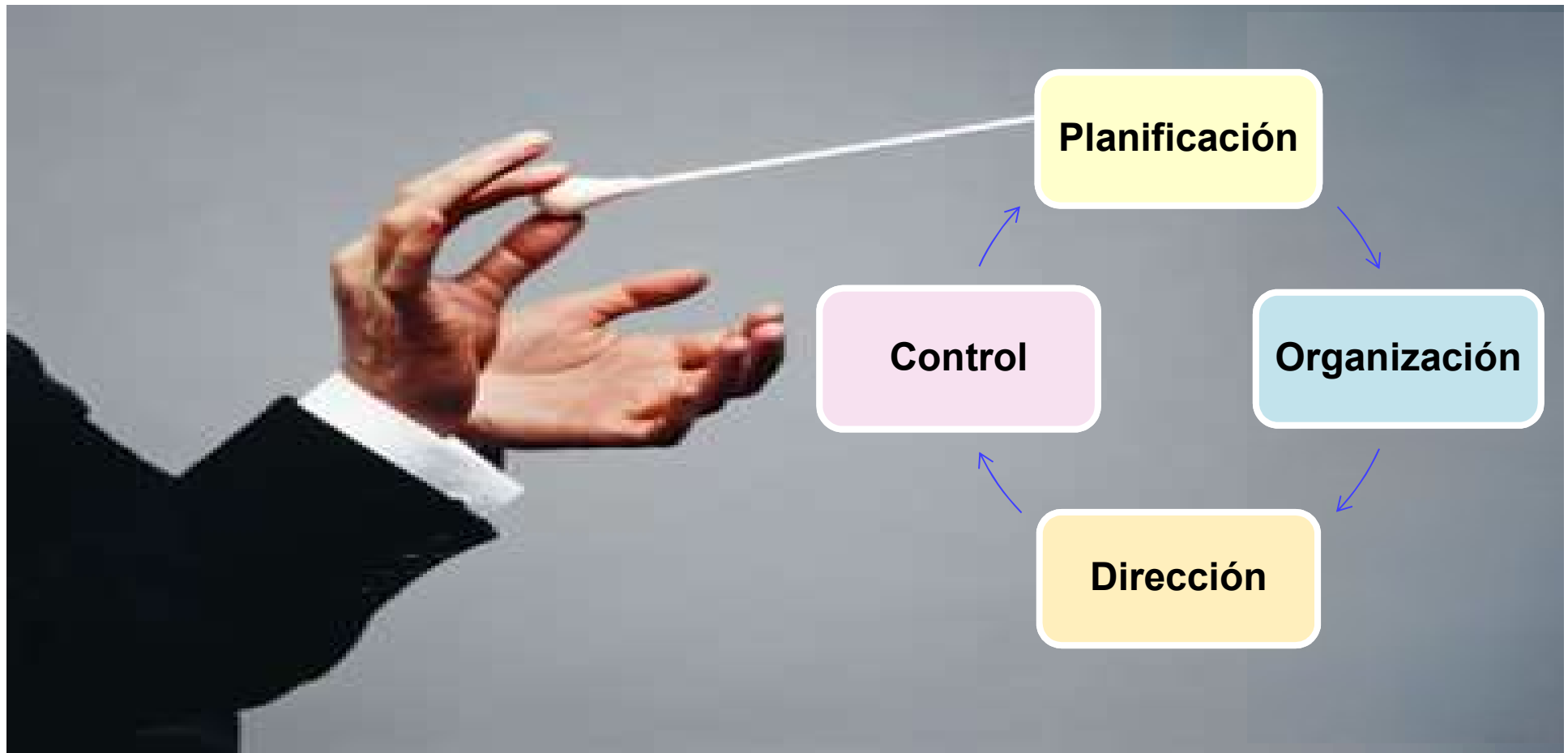
**Control: *Cuadro de Mando integral***

7

# 1

## Visión general del directivo

### Funciones de la DIRECCIÓN





1

# Visión general del directivo: Planificación y control

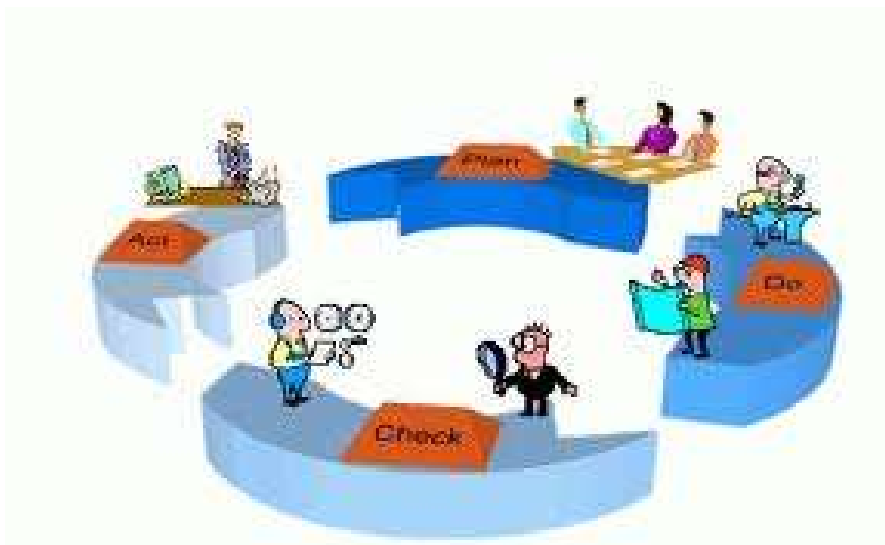


## 2

## Definición de **Planificación**

¿ Qué es la **Planificación**?

Proyectar un futuro deseado y determinar los medios para alcanzarlo.



- **Proceso mental** de decisión.
- Unión entre la **situación actual** y la **deseada**.
- Se definen **objetivos** y **estrategias**, se implementa en un “**PLAN**”.
- Afecta a todos los **niveles** de la empresa.
- Va unida al **CONTROL**.



## Proceso de la planificación



### Ejemplos

¿ <b>Qué</b> se quiere conseguir?	<b>Objetivos</b>	<i>Aumentar la producción en un 20% en 2011</i>
¿ <b>Cómo</b> se quiere conseguir?	<b>Estrategia</b>	<i>Un turno más, ampliar instalaciones, subcontratar,...</i>
¿ Qué <b>acciones</b> voy a seguir?	<b>PLAN</b>	<i>Preparar proyecto de ampliación, ejecución de obras, comprar maquinaria,...</i>
¿ <b>Cuándo</b> quiero conseguirlo?		<i>Calendario de actividades</i>
¿ Con <b>quién</b> ?		<i>Asignar responsables: gerente y director de producción</i>
¿ Con qué <b>recursos</b> ?		<i>Descripción en proyecto y presupuesto</i>
¿ Como lo voy a <b>evaluar</b> ?		<i>Beneficio unitario, rentabilidad proyecto,...</i>

# 4

## Planificación: **Objetivo**, estrategia y Plan

### Objetivos

- ✓ Es un **resultado a alcanzar**, un estado futuro al que se quiere llegar.
- ✓ Expresión *concreta de la misión y visión* de una empresa



Misión: Vender muebles de calidad

Visión: Ser líderes de ventas en España



Objetivo: Aumentar 100% Ventas en 3 años para ser líderes en España

# 4

## Planificación: **Objetivo**, estrategia y Plan

### Objetivos



### Características de los Objetivos

**Concreto**

**Medible**

**Alcanzable**

**Temporal**

**Motivador**

**Compatible**



# 4

## Planificación: Objetivo, estrategia y Plan

### Estrategia

Conjunto de **acciones** que permiten lograr los objetivos de la empresa utilizando sus recursos y capacidades adaptándose al entorno y son coherentes con la misión y visión. La estrategia se desarrolla en el PLAN (estratégico).



*Indica el camino que se va a seguir para alcanzar un objetivo*

# 4

## Planificación: Objetivo, estrategia y Plan

### Plan

Incluye las acciones determinadas en la planificación para alcanzar los objetivos.



Tipos de Planes	Alcance	Temporalidad	Nivel
<input type="checkbox"/> Estratégicos	La empresa	Largo Plazo (3 a 5 años)	Alta Dirección
<input type="checkbox"/> Tácticos	La división o El departamento	Medio Plazo (1 a 3 años)	Mandos Intermedios
<input type="checkbox"/> Operativos	El departamento o la sección	Corto Plazo (1 año)	Mandos Operativos

*El más importante es el Plan de Empresa o Business Plan.*

# 4

## Planificación: Objetivo, estrategia y Plan

### Ejemplos



¿ <b>Qué</b> se quiere conseguir?	<b>OBJETIVOS</b>	Aumentar el número de ventas para ser la compañía líder aérea más utilizada.
¿ <b>Cómo</b> se quiere conseguir?	<b>ESTRATEGIAS</b>	Conseguir las tarifas más baratas del mercado.
¿ Qué <b>acciones</b> voy a seguir?	<b>PLAN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aeropuertos de segunda línea</li> <li>• Muchas frecuencias diarias por avión</li> <li>• Supresión de la clase business</li> <li>• Eliminación de los servicios a bordo tales como comidas y prensa.</li> <li>• Cerrar rutas no rentables.</li> <li>• Venta on-line.</li> <li>• Los aviones comprarlos sin persianas, reduce el precio por avión y los costes de reparación y mantenimiento.</li> </ul>
¿ <b>Cuándo</b> quiero conseguirlo?		
¿ Con <b>quién</b> ?		
¿ Con qué <b>recursos</b> ?		
¿ Como lo voy a <b>evaluar</b> ?		

4

## Planificación: Objetivo, estrategia y Plan

### *Ejemplos*





# 4

## Planificación: Objetivo, estrategia y Plan



<b>OBJETIVOS</b>	Aumentar las ventas tras las el desplome de septiembre del 2008.
<b>ESTRATEGIAS</b>	Mantener en las estanterías sólo aquellas referencias que tengan una alta rotación, dejando fuera a numerosos productos de marcas externas dando más espacio a la marca propia.
<b>PLAN</b>	<ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> Reducir referencias, entre 600 y 800 abandonarán los lineales de la cadena en función de su rotación.</li><li><input type="checkbox"/> Eliminar numerosas duplicidades, como en galletas o queso tierno, ya que en ocasiones el mismo producto está presente en dos formatos distintos.</li><li><input type="checkbox"/> Cambios en el empaquetado y en formatos. Se irá a paquetes más económicos, como los bricks de leche sin satinado y a formatos más grandes para favorecer el ahorro.</li><li><input type="checkbox"/> La fruta volverá a venderse a granel, segmento en el que había perdido aceptación.</li><li><input type="checkbox"/> Repercutir en sus precios la bajada de las materias primas. Ya ha bajado una media del 13% el precio del pan.</li></ul>

## 4

## Planificación: Objetivo, estrategia y Plan



**Manuel Palma**  
Gerente Grupo Palma

**Objetivo:** Cuando yo tenga 30 años tendré más millones que años.

**Estrategia 1:** Trabajar en una empresa y luego vender coches por la tarde como sobresueldo.

**Acciones:** Buscar empleo

**Control y Evaluación:** Resultado no encuentra empleo.

**Estrategia 2:** Seguir comprando y vendiendo coches

**Acciones:**

- Monta automóviles Palma.
- Garantía de piezas y mano de obra.
- Abrir talleres los 365 días del año.

**Control y Evaluación:** Resultado un grupo empresarial que gana más de 100 Mil € al año. Conseguido el objetivo.



# 4

## Planificación: Objetivo, estrategia y Plan

### El Coach



Rafael Nadal

**El coach tiene sus raíces en el deporte.**

Un coach es un entrenador ya sea deportivo, comercial, ejecutivo, empresarial... y tiene como meta **mejorar y ayudar en el objetivo con el cual ha sido contratado.**

#### **Coach Empresarial**

El Coach Empresarial funciona de un modo similar a los coach normales, pero debe ser aplicado a la empresa.

- **Objetivos:** Identificar el problema y Buscar y dar soluciones
- **Tiene que saber ser:** empático, creativo, saber de negocios, intuición y que conozca bien a la empresa



4

## Planificación: Objetivo, estrategia y Plan

**Conóctete a  
TI MISMO**

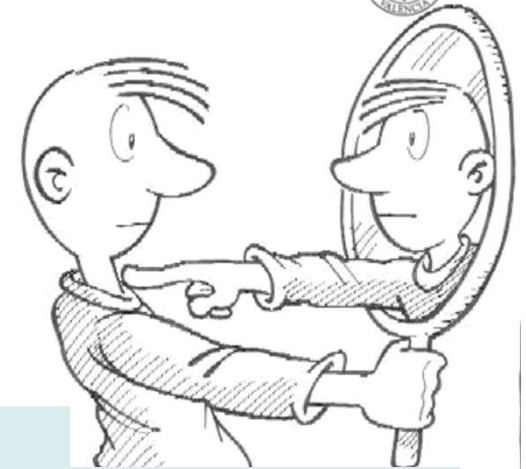
Tu Objetivo, Estrategia y Plan





4

## Planificación: Objetivo, estrategia y Plan



### Tu Objetivo, Estrategia y Plan

<b>Objetivos</b>	<p>¿ Cual es tu GRAN SUEÑO?</p> <p>¿ Cómo te ves de aquí a 10 años?</p> <p>¿ Cómo te ves de aquí a 3 años?</p>	<p><b>ESTRATÉGICA</b></p> <p><b>TÁCTICA</b></p> <p><b>OPERATIVA</b></p>
<b>Estrategia</b>	<p>¿ Qué decisiones vas a tener que tomar en cada momento?</p>	
<b>PLAN</b> <i>(Acciones)</i>	<p>¿ Qué acciones tendrás que llevar a cabo en cada momento?</p>	

# 5

## Definición de Control

### Control

Consiste en **medir** los resultados previstos y compararlos con los reales para identificar las desviaciones y corregirlas.

---

#### Fases del proceso de control:

- Establecer **estándares** y el método de medición.
- Medida y **comparación** con estándares.
- Corrección de las **desviaciones**.



*"Calidad significa hacer lo correcto cuando nadie está mirando"*

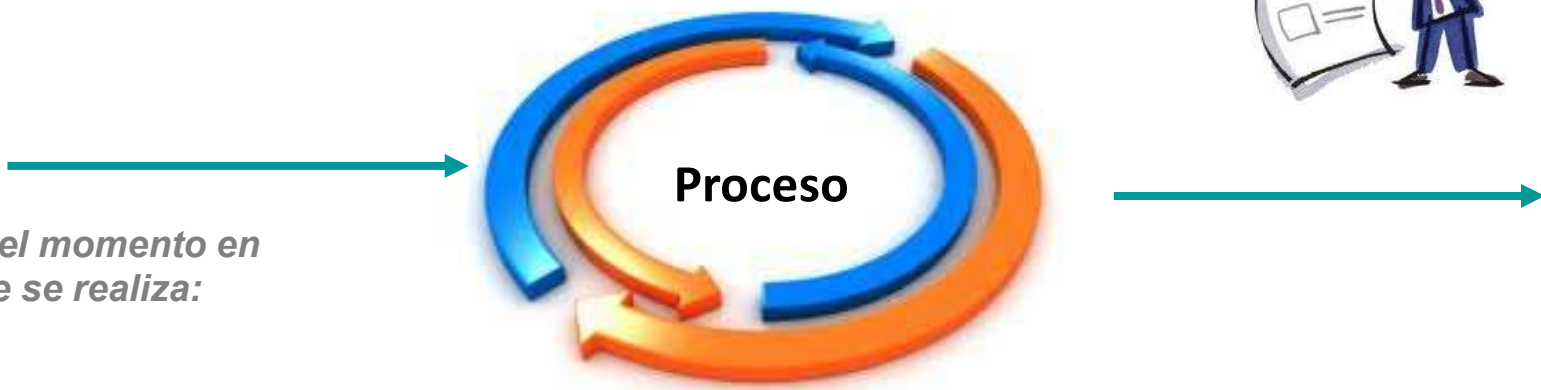
- Henry Ford-



# 6

## Tipos de control

Según el momento en que se realiza:



### Proactivo

Preliminar-Preventivo



- Ejemplos:*
- Verificación del material a la entrada
  - Elaboración del presupuesto de compras

### Interactivo

Concurrente



- Ejemplos:*
- Supervisión de tarea por jefe
  - Medición parámetro del proceso

### Reactivo

Retroalimentación

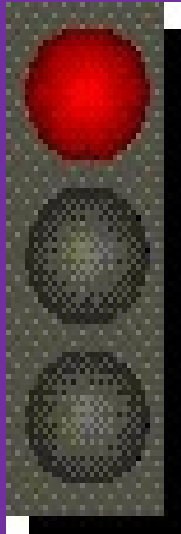


- Ejemplos:*
- Elaboración del balance y cuenta de resultados
  - Verificación del producto terminado

# 7

## Control: Cuadro de Mando Integral

OBJETIVO	INDICADOR	META	EVOLUCIÓN			
			T1	T2	T3	T4
Aumentar las ventas	Cifra de ventas	+20%				
Aumentar la participación en el mercado	Cuota de mercado	+3%				
Reducir tiempos de proceso	Tiempos de ciclo	-12%				
Mejorar la calidad de los productos	Tasa de defectos	-7%				



Es un resumen de la información importante para la gestión de la empresa. Permite ver la evolución para realizar el seguimiento.

Contiene objetivos, indicadores (magnitud que muestra el estado de un proceso) y metas (valor que ha de alcanzar el indicador).



**Muchas gracias por  
vuestra atención**