

CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN DE LA PLANEACIÓN

Las formas más comunes en que solemos describir los planes organizacionales se basan en la amplitud de los mismos, en su marco temporal, en su grado de específicas y en la frecuencia de su uso.

MARCO TEMPORAL

Por planes a corto plazo se entienden los que se realizan en una año o menor plazo.

Los planes a Mediano plazo se refieren al periodo comprendido entre uno y tres años.

Y por ultimo el plan a Largo plazo es el que se plantea de años en adelante.

GRADO DE ESPECIFICIDAD

Los planes Específicos tienen objetivos claramente definidos. No existe ambigüedad ni problema alguno de posibles errores de interpretación.

Mientras los planes Direccionales definen guías de tipo general. Brindan un enfoque, pero no obligan a los gerentes a perseguir objetivos o cursos de acción específicos. Con este último se sacrifica la claridad en cuanto a los resultados.

FRECUENCIA DE USO

Los planes de Uso Único están elaborados para aplicarse una sola ocasión, de acuerdo con las necesidades de la situación única, y se crea en respuesta a las decisiones no programadas que toman los gerentes.

Los planes Permanentes son proyectos de carácter continuo que constituyen una guía para las actividades que se realizan en forma competitiva en la organización. Para las decisiones programadas se incluyen políticas, reglas y procedimientos.

GRADO DE PREMEDITACIÓN

Un plan Informal se lleva a cabo sobre bases informales o causales. Esto sucede cuando se actúa de manera intuitiva e improvisada.

Un plan Formal se lleva a cabo sobre la base de un plan escrito y documentado desarrollado por medio de un proceso racional.

AMPLITUD

La planeación es empleada por lo gerentes de los tres niveles, no obstante, a menudo, difieren el alcance y las actividades del proceso de planeación en cada nivel de la organización.

La planeación puede darse en tres planes básicos: políticas, procedimientos y programas. Se clasifican:

- Según la clase de plan. Es decir, sus objetivos, políticas a seguir, procedimientos, programas, pronósticos y presupuestos.
- Según los fines del plan. Nuevos o correctivos
- Según el uso del plan. Para usarse una o varias veces. Estos puntos se explicarán a continuación.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La cual se contempla a largo plazo, suelen ser direccionales y de uso único.

PLANEACIÓN TÁCTICA

Que depende su realización, del rendimiento, de los mercados, los recursos, la productividad, la potencia y limitación, organización, etc.

PLANEACIÓN OPERATIVA

se caracteriza por utilizarse a corto plazo , en planes específicos y de uso permanente.

Estos puntos se revisaran con mas detenimiento en subtemas posteriores.

PROPÓSITOS O MISIONES

Es la función o tarea básica de una empresa o instituciones, o de una parte de esta.

OBJETIVOS O METAS

Son los fines que se persiguen por medio de una actividad de una u otra índole.

ESTRATEGIAS

La determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los recursos necesarios para su cumplimiento.

POLITICAS

Consisten en enunciados o criterios generales que orientan o encausan el pensamiento en la toma de decisiones.

PROCEDIMIENTOS

Planes por medio de los cuales se establece un método para el manejo de actividades futuras.

REGLAS

Exponen acciones y misiones específicas, no sujetas a la discrecionalidad de cada persona.

PROGRAMAS

Son un conjunto de metas, políticas, procedimientos, reglas, asignaciones de tareas, pasos a seguir, recursos por empleo y otros elementos necesarios para llevar a cabo un curso de acción dada.

PRESUPUESTOS

Es una formulación de resultados expresada en términos numéricos.

Cfr Robbins, Stephen. Administración Ed. Prentice Hall. 6ª Edición. P. 213–216

Cfr. Mercado, Salvador. Administración Aplicada. Teoría y practica. Ed. Limusa. Noriega Editores. 1ª Edición. 1999. México. P. 132–152

Op. Cit. Robbins, Stephen. P. 213–216

Cfr. Rodríguez Valencia. Introducción a la Administración. Un enfoque de sistemas Ed. Thomson. 4ª Edición. México 2003. P. 191–193

Cfr. Bateman, Thomas. Administración. Una ventaja competitiva. Ed. Thomson. 4ª Edición. P. 133–134

Op. Cit. Mercado, Salvador. P. 132–152

Cfr. Weinhlich, Heinz. Koontz, Harold. Administración. Una perspectiva global. Ed. Mc Graw Hill. México 1998, P. 127–133