



Raimon Serrahima Formosa

Consultoría y Formación

Dirección financiera de la empresa

raimon.serrahima.com

www.serrahima.com

Profesor en:

BES laSalle
Business
Engineering
School

UOC Universitat Oberta
de Catalunya

INSTITUTO INTERNACIONAL DE POSGRADO

Miembro de:

aeca ACCID

Planificar el ejercicio 2011

El año 2010 ya se acaba.

¿Cómo nos ha ido?

Probablemente peor de lo que esperábamos.

¿Qué hemos hecho para que nos fuera mejor?

Normalmente NADA, solo pensar que ya vendrán tiempos mejores y cada día batallar en la misma dirección que el día anterior y que el siguiente.

Y tal como ya dijo Albert Einstein "Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo"

¿Cuántas de las PyMes que conocemos han (hemos) hecho un presupuesto de actividad para el 2011?

¿Por qué no planificamos lo que esperamos de este año que pronto va a empezar? Si no lo hacemos lo más fácil es que nos vaya como el 2010, es decir, [bastante] peor de lo que nos hubiera gustado.

Volvamos con Albert Einstein, que no se hizo famoso como empresario, pero que decía cosas interesantes como "La formulación de un problema es más importante que su solución." Aplicado a lo que hoy nos ocupa significa que si anticipamos la situación empresarial podremos determinar si ese rumbo nos conviene o no y tomar las decisiones oportunas para tomar rumbo al mejor de los escenarios que podemos anticipar.

Si nos paramos a pensar qué rumbo llevamos, es seguro que podremos determinar con mayor o menor acierto la situación en que nos encontraremos mañana, la semana que viene, el mes que viene, etc. ¿Es esa la situación que deseamos? ¿Nos conformamos con esa situación? ¿Podemos potenciarla? ¿Podemos modificarla? ¿Cómo? ¡ACTUEMOS PARA MEJORARLA!

Esa planificación necesaria debe no sólo referirse el largo plazo (¿dónde estaremos en diciembre del 2011?) sino también planificar el corto plazo. El detalle de la planificación para enero será muy superior a la de septiembre. Primero porque enero se nos cae encima y segundo porque según nos vaya habremos de corregir en febrero, marzo... hasta alcanzar septiembre.

Raimon Serrahima Formosa Dirección financiera de la empresa www.serrahima.com
raimon.serrahima.com



Licencia Creative Commons: Reconocimiento - NoComercial - CompartirIgual (by-nc-sa): Debe reconocerse la autoría. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.



Raimon Serrahima Formosa

Consultoría y Formación

Dirección financiera de la empresa

raimon.serrahima.com

www.serrahima.com

Profesor en:

BES laSalle

Business Engineering School

UOC Universitat Oberta de Catalunya

INSTITUTO INTERNACIONAL DE POSGRADO

Miembro de:

aeca ACCID

Y la planificación de enero deberá especificar ¿Qué volumen de ventas queremos alcanzar la semana 1? ¿Cuál la 2?... ¿Qué recursos (materias primas, horas de trabajo, etc) necesitamos para alcanzar ese volumen? Etc. Es decir, un presupuesto detallado al máximo para el primer mes. Igualmente el presupuesto de tesorería para anticipar tanto los posibles superávit como déficits.

Porque si sabemos donde vamos sabremos si estamos en el buen camino. Si hemos preparado un presupuesto detallado podremos controlar cómo nos está yendo. Y si disponemos de un buen presupuesto y de un buen mecanismo de control, entonces, cuando el viento no sople según lo previsto sólo hará falta cambiar la orientación de las velas y realizar distintos bordos para mantener el rumbo deseado.

Porque de acuerdo con dos proverbios japoneses “no hay peligro para el que está bien preparado” y

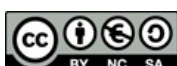
"La lluvia sólo es un problema si no te quieres mojar." Así que, a riesgo de ser reiterativo, ¡ACTUEMOS! Planificación y control nos permitirán mejorar nuestro futuro.

Saludos

Raimon

Última revisión: 13 de diciembre de 2010.

Raimon Serrahima Formosa Dirección financiera de la empresa www.serrahima.com
raimon.serrahima.com



Licencia Creative Commons: Reconocimiento - NoComercial - CompartirIgual (by-nc-sa): Debe reconocerse la autoría. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.

Pag.2