

INTRODUCCIÓN

El control es una de las funciones esenciales de la administración, pues asegura que las actividades se realicen de acuerdo con los planes establecidos. Según Koontz y Weihrich (2013), el control consiste en medir y corregir el desempeño para garantizar que los objetivos se alcancen en los tiempos y formas previstas. Sin un sistema de control adecuado, las organizaciones corren el riesgo de desviarse de sus metas estratégicas, lo que compromete su eficacia y competitividad en el mercado.

Chiavenato (2017) sostiene que el control implica un proceso continuo que comienza con la fijación de estándares, seguido de la comparación con los resultados obtenidos y, finalmente, de la aplicación de medidas correctivas. Esta lógica permite a los directivos mantener la alineación entre lo planeado y lo ejecutado, asegurando coherencia en todos los niveles de la organización.

Por su parte, Robbins y Coulter (2018) destacan que el control no debe entenderse únicamente como un mecanismo de supervisión, sino como un proceso que genera retroalimentación y aprendizaje. Esto implica que el control, más allá de señalar errores, debe ser una herramienta para mejorar la toma de decisiones y fomentar la innovación organizacional.

Mintzberg (1994) añade que el control se vincula estrechamente con la estrategia, ya que permite evaluar si las acciones emprendidas conducen realmente al logro de los objetivos estratégicos. Desde esta perspectiva, el control no se limita a la operatividad, sino que tiene un impacto directo en la sostenibilidad y adaptación de la organización frente a entornos cambiantes.

En el contexto actual, el control enfrenta nuevos retos debido a la globalización y a las tecnologías de la información. Kaplan y Norton (1996) introdujeron el concepto de Balanced Scorecard, un modelo que integra indicadores financieros y no financieros para proporcionar una visión más amplia del desempeño organizacional. De esta manera, el

control deja de ser exclusivamente reactivo para convertirse en un proceso estratégico que impulsa la competitividad a largo plazo.

Ejemplo: Una cadena de supermercados establece estándares de ventas semanales para cada sucursal. Al comparar los resultados obtenidos, detecta que una de las tiendas presenta un rendimiento 20% inferior al esperado. En lugar de sancionar únicamente al gerente, la empresa implementa capacitaciones en servicio al cliente y rediseña la disposición de productos. Gracias a estas medidas correctivas, las ventas de la sucursal aumentan significativamente en el siguiente trimestre.

Referencia:

- Chiavenato, I. (2017). Administración: teoría, proceso y práctica. México. McGraw-Hill.*
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). The Balanced Scorecard: Translating strategy into action. Estados Unidos. Harvard Business Press.*
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2013). Administración: una perspectiva global y empresarial. México. McGraw-Hill.*
- Mintzberg, H. (1994). The rise and fall of strategic planning. Estados Unidos. Free Press.*
- Nahuat, J. J. (2025). Material inédito para actividades académicas. Universidad Autónoma de Coahuila, Educación a Distancia.*
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). Administración. México. Pearson.*