



Dirección General de Educación Superior Tecnológica

**Tecnológico Nacional de México
Instituto Tecnológico de Hermosillo**

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



**Reporte Intermedio de Año Sabático
13 de agosto de 2018 al 12 de febrero de 2019**

MANUAL DE PRÁCTICAS DE:

FUNCIÓN ADMINISTRATIVA I

ELABORADO POR:

**M.A.MARTHA ALICIA VELÁZQUEZ ORTEGA
DICTAMEN: AS-2-114/2018**

Hermosillo, Sonora, febrero de 2019.

ÍNDICE

Introducción	3
Objetivo General	6
Esquema de actividades por unidad	7
UNIDAD I. El proceso administrativo	
Práctica 1. Conceptualizar el proceso administrativo	12
Práctica 2. Importancia en la aplicación del proceso administrativo	20
Práctica 3. El papel del proceso administrativo en el desarrollo profesional del Licenciado en Administración	26
Práctica 4. Aplicación del proceso administrativo en las empresas	32
UNIDAD 2. Planeación como función administrativa	
Práctica 5. Importancia de la planeación en las empresas	40
Práctica 6. Los principios de la planeación en una empresa local	46
Práctica 7. Planeación para el alto desempeño	52
Práctica 8. Elementos del plan estratégico de una empresa local (primera parte)	69
Práctica 9. Elementos del plan estratégico de una empresa local (segunda parte)	69
UNIDAD 3. Técnicas y herramientas de la planeación	
Práctica 10. Técnicas de planeación aplicables a las etapas del proceso administrativo	80
Práctica 11. Análisis FODA	91
Práctica 12. Estructuración administrativa y organizacional de una empresa (primera parte)	101
UNIDAD 4. Organización como función administrativa	
Práctica 13. Diseño de estructuras de Organización	109
UNIDAD 5. Técnicas y herramientas de organización.	
Práctica 14. Técnicas de organización que aplican las empresas.	116
Práctica 15. Estructuración administrativa y organizacional de una empresa (Segunda parte).	120
Fuentes de información	125
Anexos	126

MANUAL DE PRÁCTICAS DE FUNCIÓN ADMINISTRATIVA I

INTRODUCCIÓN

Esta asignatura aportará al perfil del Licenciado en Administración, las competencias necesarias, que le permitan conocer e identificar las etapas del proceso administrativo, en especial la de planeación y organización e identificar el uso y aplicación de las técnicas y herramientas que permitan generar planes estratégicos y estructuras organizacionales dinámicas y flexibles para que las organizaciones entren en procesos de aprendizaje apoyándose en las competencias profesionales del administrador para redimensionar el proceso administrativo. La asignatura Función Administrativa I, tiene como requisito la asignatura Teorías Generales de la Administración que le permite conocer e identificar los fundamentos generales de la administración que abarcan los distintos enfoques del pensamiento administrativo; la empresa, su clasificación y las tendencias globales, así como las competencias profesionales del administrador para redimensionar el proceso administrativo. Además, esta asignatura dará soporte a otras directamente vinculadas con el desempeño profesional del administrador, como son: Función Administrativa II e Innovación y Emprendedurismo.

Esta asignatura contiene 5 temas, que comprenden; desde el proceso administrativo, particularmente el conocimiento del proceso de la planeación y organización hasta el conocimiento uso y aplicación de las diferentes técnicas y herramientas que permitan facilitar la planeación estratégica y el diseño de la estructura organizacional de la empresa. En el desarrollo de esta asignatura se contempla la primera etapa del proceso administrativo, la fase mecánica o estructural que permite al administrador sentar las bases para la construcción de cualquier modelo de gestión, por lo tanto, el estudiante deberá elaborar su proyecto de aplicación y desarrollo en una de las empresas de su entorno

En el primer tema se abordara el proceso administrativo y sus etapas como la base de todo sistema administrativo.

En el tema 2, se formará al estudiante partiendo con la conceptualización de la planeación, la importancia, los tipos de planes, los principios y el proceso de la planeación en la función administrativa empresarial y su aplicación actual a los sistemas de administración abiertos.

En el tercer. tema, se atenderán las técnicas y herramientas de planeación tanto cuantitativas como cualitativas en los distintos planes de las áreas funcionales de la empresa; y el Inicio de la primera etapa del proyecto “estructuración administrativa y organizacional” en donde aplica y desarrolle la etapa de la planeación en una empresa de la localidad.

En el cuarto tema, se abordará la conceptualización e importancia de la etapa de la organización, la organización formal e informal, los principios y el proceso de organización, estructuras departamentales y áreas, sistemas y modelos de estructuras organizacionales.

Y en el quinto tema, se atenderá la aplicación de las técnicas de la organización para el diseño de la estructura, herramientas y procedimientos organizacionales, así como la continuación de la segunda etapa del proyecto “estructuración administrativa y organizacional”.

El enfoque sugerido para la asignatura requiere que las actividades prácticas promuevan el desarrollo de habilidades tales como: identificación de la situación de la empresa, manejo y control de variables y datos relevantes; trabajo en equipo; asimismo, propicien procesos intelectuales como inducción deducción y análisis-síntesis; la finalidad es dar al alumno la oportunidad para conceptualizar a partir de lo observado. En las actividades prácticas sugeridas, es conveniente que el docente busque sólo guiar a sus estudiantes para que ellos tomen decisiones relevantes sobre la información que deben utilizar y procesar para llevarlos al resultado deseado.

Hoy en día, los métodos de planificación son tan variados que permiten al gerente desarrollarse plenamente. Nunca es tarde para aplicar algún tipo de diagnóstico, ya que todos siempre van a lograr un objetivo positivo. Su importancia radica en que el gerente asuma con responsabilidad que este estudio lleva un gran encauce comunicacional logrando la satisfacción en el trabajo, en la productividad, en el compromiso y trabajo grupal descubriendo valores y principios básicos de una organización.

Todo gerente debe prepararse y estar documentado sobre los nuevos avances y estudios que se llevan a cabo día a día; no debemos cerrarnos a los métodos que nos ayuden para el buen funcionamiento de la empresa.

Nuestros alumnos, deberán estar preparados para dirigir una empresa, y estos estudios nos dan una herramienta de trabajo que apuesta al éxito.

Lograr el equilibrio adecuado ayuda a asegurar que la organización sobreviva en el largo plazo.

El Manual de Prácticas se orienta a desarrollar el aprendizaje significativo en el alumno, a generar pensamiento crítico y analítico, abstracción y síntesis, observar y analizar problemas propios del campo de estudio, relacionar los contenidos de la asignatura con las demás del plan de estudios a las que da soporte para desarrollar una visión interdisciplinaria en el alumno, que le permita resolver problemas, generar ideas y fomentar la investigación, desarrollando las competencias profesionales, específicas y genéricas en el estudiante.

El manual contiene 15 prácticas, Cada práctica cumple con el formato establecido de 10 puntos: número de práctica, título, objetivo, introducción, correlación con los temas y subtemas del programa de estudio, material y equipo necesario, metodología, sugerencias didácticas, reporte del alumno (resultados) y bibliografía preliminar.

Cada una de las prácticas, así como muchos de los ejercicios propuestos demanda una evidencia de dominio de la competencia a desarrollar por parte del estudiante y la cual el docente facilitador retroalimentará.

MANUAL DE PRÁCTICAS DE FUNCIÓN ADMINISTRATIVA I.

OBJETIVO GENERAL:

Elaborar un manual de prácticas para la materia de Función Administrativa I, dirigido a estudiantes de Licenciatura en Administración que permita fomentar actividades prácticas que promuevan el desarrollo de habilidades tales como: identificación de la situación de la empresa, manejo y control de variables y datos relevantes; trabajo en equipo; así mismo, propicien procesos intelectuales como inducción y deducción y análisis-síntesis. Por esta razón varias de las actividades prácticas se han descrito como actividades previas al tratamiento teórico de los temas, de manera que no sean una mera corroboración de lo visto previamente en clase, sino una oportunidad para conceptualizar a partir de lo observado y los lleve a establecer una propuesta de mejora.

Actuar como un facilitador, orientador, inductor del aprendizaje, facilitando dicho proceso a través del uso del manual.

El contar con un **Manual de prácticas de Función Administrativa I**, facilitará el seguimiento de esta materia, le permitirá al estudiante concretar los conocimientos teóricos obtenidos, lo vinculará con la problemática empresarial y estará en condiciones de comparar la teoría con la práctica, lo que lo convertirá en un agente de cambio al utilizar las herramientas adecuadas para la toma de decisiones en la organización.

El manual contiene una breve descripción de cada una de las cinco unidades y de los temas que conforman el programa de la materia de Función Administrativa I. Al final de cada unidad se incluyen las prácticas programadas para este manual, las cuales se resolverán en forma individual y en trabajo de equipo.

Al finalizar el curso presentar el portafolio de evidencias, donde aporten los resultados teóricos- prácticos.

ESQUEMA DE PRÁCTICAS PROPUESTAS POR UNIDAD.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
1	Conceptualizar el proceso administrativo.	Investigar en tres fuentes bibliográficas, por lo menos, el concepto de Proceso administrativo que permita identificar y analizar las fases y etapas.	Unidad 1. El proceso Administrativo. 1.1. Conceptualización del proceso administrativo.
2	Importancia en la aplicación del proceso administrativo.	Realizar visitas a diferentes empresas de la localidad para investigar el uso del proceso administrativo en las empresas.	Unidad 1. El proceso Administrativo. 1.2. Importancia del proceso administrativo.
3	El papel del proceso administrativo en el desarrollo profesional del Licenciado en Administración.	Elaborar un ensayo, con el tema “el papel del proceso administrativo en el desarrollo profesional del LA, que permita reflexionar en plenaria la importancia del proceso administrativo en las empresas.	Unidad 1. El proceso Administrativo. 1.2. Importancia del proceso administrativo.
4	Aplicación del proceso administrativo en las empresas.	Explicar las etapas y elementos del proceso administrativo, analizando su aplicación en las empresas.	Unidad 1. El proceso Administrativo. 1.3. Fase mecánica y dinámica del proceso Administrativo. 1.4. Definición de la Planeación 1.5. Definición de Organización

			<p>1.6. Definición de integración</p> <p>1.7. Definición de dirección</p> <p>1.8. Definición de control.</p>
5	Importancia de la planeación en las empresas.	Investigar y comparar el concepto de planeación de tres autores y diseñar su propio concepto, destacando la importancia de la planeación en las empresas.	<p>Unidad 2. Planeación como función administrativa.</p> <p>2.1. Importancia de la planeación.</p> <p>2.2. La previsión como parte de la planeación.</p>
6	Los principios de la Planeación en una empresa local.	Investigar cómo se aplican los principios de planeación en una empresa local.	<p>Unidad 2. Planeación como función administrativa.</p> <p>2.3. Principios de la Planeación.</p>
7	Planeación para el alto desempeño.	Realizar investigación documental y presente propuesta del estilo de planeación que le ayuda a la organización a lograr un alto desempeño.	<p>Unidad 2. Planeación como función administrativa.</p> <p>2.4. Tipos de planeación</p> <p>2.5. Proceso de planeación.</p>
8	Elementos del plan estratégico de una empresa local. (primera parte)	Presentar primera parte del plan estratégico de una empresa local.	<p>Unidad 2. Planeación como función administrativa.</p> <p>2.5. Proceso de planeación:</p> <p>2.5.1. Análisis del entorno</p> <p>2.5.2. Filosofía Organizacional.</p> <p>2.5.2.1. Visión</p> <p>2.5.2.2. Misión</p> <p>2.5.2.3. Valores</p> <p>2.5.2.4. Objetivos</p> <p>2.5.2.5. Política Institucional.</p>
9	Elementos del plan estratégico de una empresa local. (segunda parte).	Presentar la segunda parte del plan estratégico de	<p>Unidad 2. Planeación como función administrativa.</p> <p>2.5.3. Estrategias</p>

		la empresa elegida anteriormente.	2.5.4. Políticas y reglas 2.5.5. Procesos y procedimientos 2.5.6. Programas 2.5.7. Presupuestos
10	Técnicas de planeación aplicables a las etapas del proceso administrativo.	Investigar las técnicas de planeación y especificar que técnicas aplica la empresa anteriormente elegida.	Unidad 3. Técnicas y herramientas de la planeación. 3.1. Concepto de técnica y herramienta como instrumento de la planeación. 3.2. Métodos matemáticos o estadísticos. 3.3. Uso y aplicación de las técnicas cualitativas. 3.3.1. Generales (finanzas, mercadotecnia, producción, recursos humanos y sistemas). 3.3. Métodos no matemáticos.
11	Análisis FODA.	Analizar la situación real de la empresa a investigar y detectar posibles oportunidades que ayuden al logro de los planes.	Unidad 3. Técnicas y herramientas de la planeación. 3.5. Uso y aplicación de las técnicas cualitativas. 3.5.1. Generales (finanzas, mercadotecnia, producción, recursos humanos y sistemas).
12	Estructuración administrativa y organizacional de una empresa local. (primera parte)	Aplicar y desarrollar los elementos de la etapa de la planeación en una empresa de la localidad.	Unidad 3. Técnicas y herramientas de la planeación. 3.6. Inicio de la primera etapa del proyecto "estructuración administrativa y organizacional en donde aplique y desarrolle la etapa de la planeación en una empresa de la localidad.

13	Diseño de Estructuras de Organización.	Diseñar en forma grupal e individual las diferentes estructuras organizacionales y concluir mediante lluvia de ideas lo más factible de acuerdo a las necesidades de cada empresa.	Unidad 4. Organización como función administrativa. 4.1. Concepto e importancia de la organización como función administrativa. 4.2. Organización formal e informal. 4.3. Principios de la Organización. 4.4. Proceso de Organización. 4.5. Estructuras de departamentos o áreas. 4.6. Sistema y modelos de estructuras organizacionales.
14	Técnicas de organización que aplican las empresas.	Analizar las técnicas de organización que aplican las empresas y diseñarle un organigrama, un análisis y descripción de puesto.	Unidad 5. Técnicas y herramientas de organización. 5.1. Concepto e importancia de los organigramas 5.2. Clasificación 5.3. Análisis de puestos. 5.4. Manuales de puestos 5.5. Diagramas de procesos
15	Estructuración administrativa y organizacional de una empresa local. (Segunda parte).	Elaborar y presentar por equipos de trabajo un proyecto que incluya las dos primeras partes del proceso administrativo.	Unidad 5. Técnicas y herramientas de organización. 5.6. Realización de la segunda etapa del proyecto “estructuración administrativa y organizacional” en donde aplique y desarrolle la etapa de organización en una empresa de la localidad.

CONTENIDO DE LAS PRÁCTICAS.

1. No. De la práctica
2. Nombre.
3. Competencia a desarrollar.
4. Introducción.
5. Especificar en cada práctica la correlación con el o los temas y subtemas del programa de estudios vigente.
6. Material y equipo necesario.
7. Metodología.
8. Sugerencias didácticas.
9. Reporte del alumno (discusión de resultados y conclusiones).
10. Bibliografía (de acuerdo a formato APA).

UNIDAD I. EL PROCESO ADMINISTRATIVO.

En el primer tema se abordará el proceso administrativo y sus etapas como la base de todo sistema administrativo.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
1	Conceptualizar el proceso administrativo.	Investigar en tres fuentes bibliográficas, por lo menos, el concepto de Proceso administrativo que permita identificar y analizar las fases y etapas.	Unidad 1. El proceso Administrativo. 1.1. Conceptualización del proceso administrativo.

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica las fases y etapas que integran el proceso administrativo con el objetivo de dimensionar la importancia de su utilización dentro de cualquier organismo social.

Subtemas.

- 1.1 Conceptualización del proceso Administrativo.
- 1.2 Importancia del proceso administrativo.
- 1.3. Fase mecánica y dinámica del proceso Administrativo.
- 1.4 Definición de la planeación
- 1.5 Definición de la organización
- 1.6 Definición de integración
- 1.7 Definición de dirección
- 1.8 Definición de control

PRÁCTICA 1

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: Conceptualizar el Proceso Administrativo.

OBJETIVOS:

- Investigar en tres fuentes bibliográficas, por lo menos, el concepto de Proceso administrativo que permita identificar y analizar las fases y etapas.

INTRODUCCIÓN.

El proceso administrativo, es un conjunto de fases o pasos a seguir para darle solución a un problema administrativo, en él encontraremos asuntos de organización, dirección y control, para resolverlos se debe contar con una buena planeación, un estudio previo y tener los objetivos bien claros para poder hacer del proceso lo más fluido posible.

Henri Fayol afirmó que la toma de decisiones también hace parte de las funciones de la organización, señaló cómo las funciones del administrador la prevención, organización, coordinación y control, que expresado en términos más actuales no es otra cosa que la planeación, organización, dirección y control.

La técnica de planeación y la organización son partes fundamentales en el proceso ya que ahí radica la complejidad del método que se utilice pues al ser los pasos con más cantidad de deberes se vuelve un poco más complicado tener el control, pero en estos pasos existen más sub-categorías que no deben permitir que el procedimiento se salga de control, según lo que dice la lectura podemos decir que el procedimiento se basa en un programa centralizado que delega funciones conforme va bajando el nivel de autoridad, esto quiere decir que cada parte tiene una función específica y que si hubiera alguna falla en cualquiera de estos pasos sería difícil lograr un procedimiento limpio y eficiente.

Los administradores estructuran y coordinan en forma deliberada los recursos organizacionales de modo que sea posible cumplir con el propósito de la organización.

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector

METODOLOGÍA.

- a) El alumno en forma individual, desarrollará una investigación bibliográfica del tema: **Proceso Administrativo**, que le permita identificar y analizar las fases y etapas, por lo menos en tres fuentes bibliográficas. Reflexionar y aportar conclusiones del tema.
- b) Presentar un informe escrito con una extensión de dos cuartillas. **(Trabajo individual y plenaria en el salón de clases).**
 - Comparar las definiciones de autores bibliográficos y explicar las diferencias.
 - Considerando todas las definiciones y conceptos redacta una que considere la mayoría de las palabras clave.

Preguntas de análisis en aula: (trabajo individual, equipo y plenaria).

- Explicar en qué consiste el proceso administrativo
- Enumerar las etapas y elementos del proceso administrativo.
- Explicar si el proceso administrativo, lo consideran fundamental en la administración de una empresa.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Investigación bibliográfica de los temas como se indica en la metodología a seguir, consultando por lo menos tres fuentes bibliográficas.
- Propiciar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes. Ejemplo: buscar y contrastar definiciones del proceso

administrativo identificando puntos de coincidencia entre unas y otras definiciones.

- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes, así mismo el facilitador deberá retroalimentar sobre la participación del alumno.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Presentación de trabajo: **Conceptualizar el proceso administrativo.**

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO:

Conceptualizar el proceso administrativo.

El proceso administrativo se concentra en el administrador y en las funciones básicas de la administración.

Proceso significa secuencia sistemática de funciones para realizar las tareas; medio, método o manera de ejecutar ciertas actividades. Se toma la administración como proceso para hacer énfasis en que los administradores, sin importar sus niveles ni funciones, se comprometen continuamente en actividades interrelacionadas, como planear, organizar, dirigir y controlar, para alcanzar los objetivos deseados. De ahí se deriva la denominación de proceso administrativo dada el conjunto y secuencia de las funciones administrativas.

El proceso administrativo es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración.

Según Munch Galindo Lourdes (2010), existen diversos criterios acerca del número de etapas que constituyen el proceso administrativo aunque, de hecho, para todos los autores los elementos o funciones de la administración sean los mismos.



Figura 1.1. Etapas del proceso administrativo

PLANEACIÓN. Es cuando se determinan los escenarios futuros y el rumbo hacia donde se dirige la empresa, así como la definición de los resultados que se pretenden obtener y las estrategias para lograrlos minimizando riesgos. Responde a la pregunta ¿Qué se quiere obtener?

Importancia.

- Permite encaminar y aprovechar mejor los esfuerzos y recursos.
- Reduce los niveles de incertidumbre.
- Permite hacer frente a las contingencias.
- Es un sistema racional para la toma de decisiones, evitando las corazonadas.
- Es la base para el sistema de control.

Los elementos de la planeación: Filosofía, Misión, Visión, valores, estrategias, políticas, programas y presupuestos.

ORGANIZACIÓN.

Consiste en el diseño y determinación de las estructuras, procesos, funciones y responsabilidades, así como el establecimiento de métodos, y la aplicación de técnicas tendientes a la simplificación del trabajo. Responde a la pregunta ¿Cómo se hace?

Importancia.

- Suministra los métodos para que se puedan desempeñar las actividades eficientemente.
- Reduce costos e incrementa la productividad.
- Reduce o elimina la duplicidad de funciones.

Los elementos de la Organización: División del trabajo, considerando la jerarquización, departamentalización y la descripción de funciones.

DIRECCIÓN. Consiste en la ejecución de todas las fases del proceso administrativo mediante la conducción y orientación de los recursos, y el ejercicio del liderazgo. (Ver que se haga)

Importancia.

- Ejecución de actividades.
- Toma de decisiones.
- Comportamiento, actitudes y conductas adecuadas.
- Influir, guiar o dirigir a grupos de trabajo.

Los elementos de la Dirección o ejecución es: Toma de decisiones, Integración, Motivación, Comunicación y liderazgo.

CONTROL. En esta etapa se establecen estándares para evaluar los resultados obtenidos con el objetivo de corregir desviaciones, prevenirlas y mejorar continuamente las operaciones.

Importancia.

- Sirve para comprobar la efectividad de la gestión.
- Promueve el aseguramiento de la calidad.
- Protege los activos de la empresa.
- Establece las medidas para prevenir errores, reducir costos y tiempo.

Los elementos del control es: establecimiento de estándares, medición, corrección y retroalimentación.

El proceso administrativo y sus componentes, planeación, organización, dirección y control, resultan de la mayor importancia para la empresa dentro del sistema de toma de decisiones.

Henri Fayol afirmó que la toma de decisiones también hace parte de las funciones de la organización, señaló cómo las funciones del administrador la prevención, organización, coordinación y control, que expresado en términos más actuales no es otra cosa que la planeación, organización, dirección y control.

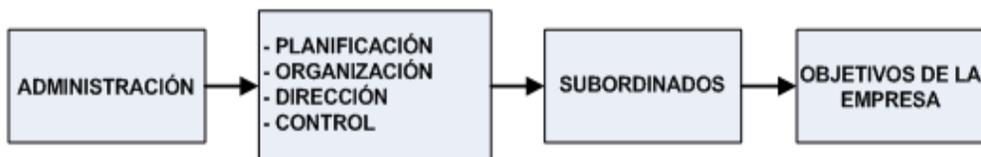
Koontz y O'Donnell define el Proceso Administrativo con cinco (5) elementos:

1. Planificación
2. Designación de Personal
3. Control
4. Organización
5. Dirección

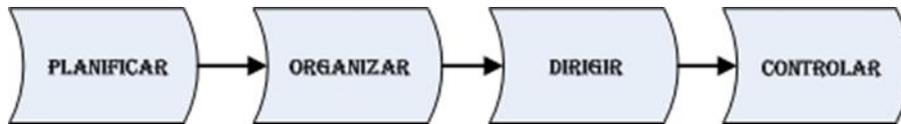
Miner define el Proceso Administrativo con cinco (5) elementos:

1. Planificación
2. Organización
3. Dirección
4. Coordinación
5. Control

Chiavenato en su libro Fundamentos de Administración, organiza el Proceso Administrativo de la siguiente manera.



Las Funciones del Administrador, como un proceso sistemático; se entiende de la siguiente manera:



CONCLUSIONES.

Los procesos administrativos son aplicables en una amplia variedad de entornos, incluidas las organizaciones con fines de lucro (empresas grandes, pequeñas, de inicio e internacionales) y las organizaciones sin fines de lucro (organizaciones gubernamentales, organizaciones educativas, instalaciones de cuidados médicos y organizaciones no tradicionales).

Para concluir este concepto de proceso administrativo, es muy importante recordar que es uno de los métodos más importantes para llevar a cabo los procesos que son planeación, organización, dirección y control, ya que de acuerdo a su orden se lleva una excelente administración. Podemos reflejarnos en una empresa que tenga éxito, tanto en lo personal desarrollamos habilidades en saber llevar un proceso en nuestra vida diaria y tener un mejor futuro.

PREGUNTAS DE ANÁLISIS EN EL AULA (TRABAJO INDIVIDUAL, GRUPAL Y PLENARIA).

1. ¿Cuáles son las cuatro actividades básicas que conforman el proceso administrativo? ¿En qué forma se relacionan entre sí? Explique.

Bibliografía consultada.

1. Chiavenato, Idalberto. **Introducción a la teoría general de la administración.** Ed. McGraw Hill. 2008
2. Munch Lourdes, **ADMINISTRACION:** Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.
3. Robins Stephens y De censo. **Fundamentos de administración.** Ed. Pearson 2009 6da. Edición.

En el siguiente tema se abordará la importancia del proceso administrativo y su aplicación.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
2	Importancia en la aplicación del proceso administrativo.	Realizar visitas a diferentes empresas de la localidad para investigar el uso del proceso administrativo en las empresas.	Unidad 1. El proceso Administrativo. 1.2. Importancia del proceso administrativo.

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica las fases y etapas que integran el proceso administrativo con el objetivo de dimensionar la importancia de su utilización dentro de cualquier organismo social.

Subtemas.

- 1.1 Conceptualización del proceso Administrativo.
- 1.2 Importancia del proceso administrativo.
- 1.3. Fase mecánica y dinámica del proceso Administrativo.
- 1.4 Definición de la planeación
- 1.5 Definición de la organización
- 1.6 Definición de integración
- 1.7 Definición de dirección
- 1.8 Definición de control

PRÁCTICA 2

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: Importancia en la aplicación del Proceso Administrativo.

OBJETIVO:

- Realizar visitas a diferentes empresas de la localidad para investigar el uso del proceso administrativo en las empresas.

INTRODUCCIÓN.

De acuerdo a Hernández y Rodríguez (2011 p.160), **el proceso administrativo**, es el marco conceptual para administrar y gestionar una empresa mediante la planeación, organización, integración, dirección y control para cumplir sus objetivos.

El proceso administrativo es un instrumento fundamental de la administración de una empresa, pues permite comprender su dinámica de funcionamiento y las bases para el diseño de sus estructuras (organización), procesos y controles, lo cual facilita su gestión y dirección, teniendo como eje central sus objetivos para su fundación, tanto financieros como de satisfacción de necesidades de los usuarios y clientes a los que ofrece productos y servicios. El PA se creó para administrar y gestionar sus niveles gerenciales, debe comprenderlo, pues proporciona la metodología de trabajo consistente para organizar una empresa y facilitar su dirección y control.

El concepto de proceso administrativo y su dinámica, como ya lo hemos mencionado, fue desarrollado por el francés Henri Fayol a comienzos del siglo XX. Más adelante, ingleses y estadounidenses lo enriquecieron y presentaron con diferencias de estructura en sus partes, aunque su esencia para el cumplimiento de objetivos es la misma.

Debemos contar con una buena planeación, un estudio previo y tener los objetivos bien claros para poder hacer del proceso lo más fluido posible y la empresa logre sus objetivos.

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector

METODOLOGÍA.

- El alumno de forma individual investigará en la bibliografía sugerida, la importancia de aplicar el proceso administrativo en la empresa y sus ventajas, del cual deberá entregar un resumen, señalando el autor o sitios web consultados.
- El alumno en equipos de trabajo, visitaran a una empresa de la localidad, para investigar el uso del proceso administrativo, entrevistando al Gerente administrativo para que les aporte su experiencia.
- Por equipos de trabajo, entregar un informe escrito, señalando nombre de la empresa, giro, tamaño y nombre del Gerente entrevistado. (Plenaria en el salón de clases).

Preguntas de análisis en aula: (trabajo individual, equipo y plenaria).

- Explicar las ventajas de la aplicación del Proceso Administrativo en la empresa local investigada.
- Explicar si el proceso administrativo, lo consideran fundamental en la administración de una empresa.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Investigación bibliográfica de los temas como se indica en la metodología a seguir.
- Propiciar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes. Ejemplo: buscar en la bibliografía sugerida la importancia y ventajas de la aplicación del proceso administrativo para la gestión de empresas, posteriormente por equipos de trabajo visitar una empresa local para corroborar lo analizado en el ambiente empresarial.

- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de
- Ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes, así mismo el facilitador deberá retroalimentar sobre la participación del alumno.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Presentación de trabajo: **Importancia en la aplicación del proceso administrativo**, de acuerdo a la metodología sugerida, primero investigación documental y posteriormente visitar una empresa local.

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO:

Importancia en la aplicación del proceso administrativo en la empresa local.

La importancia del proceso administrativo radica en que sigue siendo utilizado hoy en día por la mayoría de las empresas en el mundo, debido a la universalidad de sus términos y funciones las cuales cuentan con su propia importancia.

El proceso administrativo es una de las partes indispensables en una empresa, y es al gerente a quien le corresponde su gestión o manejo.

El gerente puede auxiliarse por profesionales debidamente calificados.

El objetivo de los procesos administrativos es llegar o conseguir los objetivos que dieron razón a la empresa, o sea el giro correspondiente.

En la actualidad podemos notar que todas las empresas exitosas utilizan un proceso administrativo para manejar sus operaciones ya que este proceso compuesto por la planeación, organización, dirección y control son los procesos sistematizados necesarios para lograr lo que se proponen. El proceso administrativo es extremadamente importante en todo tipo de empresas ya que el uso de este proceso evita improvisaciones en los momentos más difíciles y en la toma de decisiones importantes.

En conclusión se puede decir que el proceso administrativo es indispensable para el buen funcionamiento de las empresas y de esto dependerán los resultados a futuro.

Los altos directivos se deben reunir para desarrollar y planear y después anunciar sus planes a los empleados.

De acuerdo a Richard L. Daft (2011), Un alto desempeño requiere la utilización eficiente y eficaz de los recursos organizacionales mediante las **cuatro funciones administrativas de planear, organizar, dirigir y controlar. (PA)**.

Para desempeñar las cuatro funciones, los administradores necesitan tres habilidades: conceptuales, humanas y técnicas.

Proceso Administrativo forma parte de toda empresa consta de las distintas tareas que tienen que realizarse para el orden y crecimiento de una compañía, realizándose además una sectorización de los trabajos en distintas áreas especializadas, y logrando que cada una de ellas no funcione como entes autónomos, sino que se realicen acciones conjuntas para poder alcanzar la los objetivos organizacionales.

Con un proceso administrativo bien organizado se logra vincular adecuadamente a todos los sectores de la empresa en función de una serie de objetivos comunes. La buena administración de una empresa, basada en procesos administrativos bien delineados, además permite ir elevando los niveles de productividad, lo que significa que los recursos, tanto humanos como materiales, se vuelven más efectivos.

Ventajas de la aplicación del Proceso Administrativo para la gestión de una empresa, según Hernández y Rodríguez (2011 p.165).

- Es una guía práctica y metodológica para la generación de empresas.
- Permite sistematizar y controlar las operaciones continuas.
- Da las bases para estructurar (organizar) el trabajo y dividirlo en departamentos y jerarquías conforme a las necesidades y recursos de las empresas.
- Permite establecer un sistema de selección de individuos acorde a las necesidades de la empresa.
- Permite el desarrollo de capacidades y competencias laborales.
- Facilita la dirección al darle estrategia y control a quien la conduce.
- Facilita el análisis de problemas para su solución.
- Da las bases para aplicar el método científico para el mejoramiento de la empresa o para su replanteamiento.
- Es un instrumento importante de reorganización de la empresa.

CONCLUSIONES.

En conclusión se puede decir que el proceso administrativo es indispensable para el buen funcionamiento de las empresas y de esto dependerán los resultados a futuro.

Los altos directivos se deben reunir para desarrollar y planear y después anunciar sus planes a los empleados.

Las partes del PA son elementos interactuantes y están diseñadas para administrar-dirigir una organización.

Ahora el siguiente paso es señalar una empresa local, ejemplificando como aplican las cuatro funciones administrativas de planear, organizar, dirigir y controlar.

PREGUNTAS DE ANÁLISIS EN EL AULA (TRABAJO INDIVIDUAL, GRUPAL Y PLENARIA).

1. ¿Cuáles son las ventajas de la aplicación del Proceso Administrativo en la empresa que investigó el equipo? Explique.

Bibliografía preliminar

1. Chiavenato, Idalberto. Introducción a la teoría general de la administración. Ed. McGraw Hill. 2008
2. Daft, Richardt. Introducción a la Administración. Ed. Cengage. Edición 2010.
3. Hernández y Rodríguez, Sergio. Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias. Ed. McGraw Hill 2011.
4. Munch Lourdes, ADMINISTRACION: Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.
5. Robins Stephens y De censo. Fundamentos de administración. Ed. Pearson 2009 6da. Edición.

En la siguiente práctica se abordará el papel del PA en el desarrollo profesional del Licenciado en Administración.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
3	El papel del proceso administrativo en el desarrollo profesional del Licenciado en Administración.	Elaborar un ensayo, con el tema “El papel del proceso administrativo en el desarrollo profesional del LA, que permita reflexionar en plenaria la importancia del proceso administrativo en las empresas.	Unidad 1. El proceso Administrativo. 1.2. Importancia del proceso administrativo.

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica las fases y etapas que integran el proceso administrativo con el objetivo de dimensionar la importancia de su utilización dentro de cualquier organismo social.

Subtemas.

- 1.1 Conceptualización del proceso Administrativo.
- 1.2 Importancia del proceso administrativo.
- 1.3. Fase mecánica y dinámica del proceso Administrativo.
- 1.4 Definición de la planeación
- 1.5 Definición de la organización
- 1.6 Definición de integración
- 1.7 Definición de dirección
- 1.8 Definición de control

PRÁCTICA 3

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: El papel del proceso administrativo en el desarrollo profesional del Licenciado en Administración.

OBJETIVO:

- Elaborar un ensayo, con el tema “El papel del proceso administrativo en el desarrollo profesional del LA”, que permita reflexionar en plenaria la importancia del proceso administrativo en las empresas.

INTRODUCCIÓN.

De acuerdo a Hernández y Rodríguez (2011 p.160), **el proceso administrativo**, es el marco conceptual para administrar y gestionar una empresa mediante la planeación, organización, integración, dirección y control para cumplir sus objetivos.

Debemos contar con una buena planeación, un estudio previo y tener los objetivos bien claros para poder hacer del proceso lo más fluido posible y la empresa logre sus objetivos.

Si el acto administrativo es un proceso racional y simple que se encuentra innato en todo ser humano al realizar sus actividades cotidianas, ya que el solo hecho de pensar y planear una acción siempre están relacionados con lograr objetivo, por tanto al hacer planes mentalmente y los objetivos que nos fijamos son motivados por determinados factores que nos impulsan a orientar el pensamiento y acciones a lo que se desea y queremos lograr.

Pero se debe tener en cuenta que no todo lo que se piensa o se desea se puede lograr o hacerlo realidad por muchos motivos externos, que no podemos controlar, pero hay algunas circunstancias en que las personas son responsables directas. Pero el solo hecho de que una persona oriente su pensamiento y acción para lograr un objetivo no quiere decir que este sea un administrador, el solamente realiza un acto administrativo y estos actos pueden ser eficientes o deficientes, pero cuando un grupo de personas se convierten en un organismo social, ahí si se dará la administración, y este grupo tratará de lograr los objetivos que les dieron origen. Y

dentro de este organismo social cualquiera que sea el nivel que ocupe una persona, este tendrá cierto grado de responsabilidad en la administración el organismo.

El administrador empírico es aquella persona que se guía por su conocimiento, experiencias vividas para conducir el grupo, este administrador actúa de forma innata y puede ser eficiente o deficiente por no tener los conocimientos.

El administrador profesional es la persona que debe poseer un conjunto de conocimientos sistematizados para poder planear, organizar, dirigir y controlar técnicamente las actividades del grupo, con el fin de lograr los objetivos. El conocimiento teórico y la experiencia adquirida en su aplicación, garantizan la obtención de una administración eficiente. Barajas Medina J. (1996).

Se debe tener en cuenta que toda persona que dirija un grupo y trate de lograr los objetivos con la ayuda de otras personas, se convierte en administrador ya sea empírico o profesional. Además el estudio de la administración sirve para que las personas mejoren la realización de sus actos. *Y es aquí donde encontramos la importancia del proceso administrativo* ya que cada cosa debe estar en su lugar en el momento indicado y no solo como la mente humana lo adecue, no se puede controlar sin antes haber planeado y organizado las ideas de acuerdo a la importancia de cada una de ellas, porque cada persona es administradora de su propia vida eficaz o ineficazmente y de acuerdo a la forma como la administre tendrá la capacidad de conducir un grupo ya sea sin o con el conocimiento necesario.

Un administrador o gerente es alguien cuyo principal responsabilidad es llevar a cabo el proceso administrativo dentro de una organización, como nos señala (Griffin, 2011) p.25.

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector

METODOLOGÍA.

- El alumno de forma individual hará un ensayo de máximo dos cuartillas con el tema “**El papel del proceso administrativo en el desarrollo profesional del licenciado en Administración**”.
- El ensayo debe incluir tres partes: Introducción, Desarrollo y Conclusión. Estas partes no deben estar expresadas en forma explícita, sino implícita en el cuerpo del ensayo. Es decir, no deben hacerse encabezados para cada una de las partes, pero si deben presentarse cada una de ellas en el trabajo.
- La **introducción** debe incluir el objetivo general del ensayo, la estructura que tiene la presentación de los argumentos de apoyo al ensayo, y las limitaciones del propio ensayo.
- El **desarrollo** debe presentar cada uno de los argumentos de apoyo al objetivo del ensayo, discutiendo en los mismos tanto los **elementos que** incluirías para lograr el pensamiento crítico, como los elementos que incluye (o no incluye) el tema.
- **La conclusión** debe retomar los principales argumentos que hayas utilizado a lo largo del ensayo para demostrar tu postura frente al objetivo principal, llegando al final de la misma a una argumentación.

Preguntas de análisis en aula: (trabajo individual, equipo y plenaria).

- ¿Cómo explicas el papel del proceso administrativo en el desarrollo Profesional del Licenciado en Administración?

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Investigación bibliográfica de los temas como se indica en la metodología a seguir.
- Propiciar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes. Ejemplo: buscar en la bibliografía sugerida la importancia y ventajas de la aplicación del proceso administrativo para la gestión de empresas, posteriormente elaborar un ensayo, como se indica en la metodología.
- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de Ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes, así mismo el facilitador deberá retroalimentar sobre la participación del alumno.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Ensayo: “El papel del proceso administrativo en el desarrollo profesional del Licenciado en Administración”.

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO: “El papel del proceso administrativo en el desarrollo profesional del Licenciado en Administración”.

El proceso administrativo es una de las partes indispensables en una empresa, y es al gerente a quien le corresponde su gestión o manejo.

El objetivo de los procesos administrativos es llegar o conseguir los objetivos que dieron razón a la empresa, o sea el giro correspondiente.

En la actualidad podemos notar que todas las empresas exitosas utilizan un proceso administrativo para manejar sus operaciones ya que este proceso compuesto por la planeación, organización, dirección y control son los procesos sistematizados necesarios para lograr lo que se proponen. El proceso administrativo es extremadamente importante en todo tipo de empresas ya que el uso de este proceso evita improvisaciones en los momentos más difíciles y en la toma de decisiones importantes.

CONCLUSIONES.

El perfil general del egresado de la Licenciatura en administración está compuesto por: Actitudes personales, Sociales y Habilidades administrativas, una de ellas es Planear, organizar, dirigir el trabajo hacia resultados, así como crear y desarrollar organizaciones. El alto grado de preparación de un profesional, hace posible el acercamiento con quien solicita sus servicios para satisfacer necesidades de tipo legal, fiscal, científico y administrativas, enfocadas a resultados.

El plan de estudios ha de estar diseñado de tal forma que contemple la formación, preparación y entrenamiento de futuros profesionales mediante la aplicación de un método investigativo general y de los métodos y normas particulares de las diferentes disciplinas, con responsabilidad y conciencia de su incidencia en la sociedad.

La administración es un conjunto de actividades que incluyen planeación y toma de decisiones, organización, dirección y control, dirigida a los recursos de una organización con el fin de alcanzar las metas organizacionales de una manera eficiente⁴ y eficaz.

Bibliografía consultada.

1. Hernández y Rodríguez, Sergio. **Fundamentos de gestión empresarial.** Enfoque basado en competencias. Ed. McGraw Hill 2011.
2. Munch Lourdes, **ADMINISTRACION:** Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.
3. Robins Stephens y De censo. **Fundamentos de administración.** Ed. Pearson 2009 6da. Edición.

SITIOS WEB.

En el siguiente tema se abordará la aplicación del proceso administrativo en las empresas.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
4	Aplicación del proceso administrativo en las empresas, sean públicas o privadas.	Explicar las etapas y elementos del proceso administrativo, analizando su aplicación en las empresas.	Unidad 1. El proceso Administrativo. 1.3. Fase mecánica y dinámica del proceso Administrativo. 1.4. Definición de la Planeación 1.5. Definición de Organización 1.6. Definición de integración 1.7. Definición de dirección 1.8. Definición de control.

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica las fases y etapas que integran el proceso administrativo con el objetivo de dimensionar la importancia de su utilización dentro de cualquier organismo social.

Subtemas.

- 1.1 Conceptualización del proceso Administrativo.
- 1.2 Importancia del proceso administrativo.
- 1.3. Fase mecánica y dinámica del proceso Administrativo.
- 1.4 Definición de la planeación
- 1.5 Definición de la organización
- 1.6 Definición de integración
- 1.7 Definición de dirección
- 1.8 Definición de control

PRÁCTICA 4

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: Aplicación del Proceso Administrativo en las empresas.

OBJETIVO:

- Explicar las etapas y elementos del proceso administrativo, analizando su aplicación en las empresas.

INTRODUCCIÓN.



El proceso administrativo es un conjunto de fases o pasos a seguir para darle solución a un problema administrativo, en él encontraremos asuntos de organización, dirección y control, para resolverlos se debe contar con una buena planeación, un estudio previo y tener los objetivos bien claros para poder hacer del proceso lo más fluido posible.

Para que el proceso administrativo llevado a cabo sea el más indicado se deben tomar en cuenta una serie de pasos que no por ser una parte del todo son menos importantes, por mencionar algunos están, las metas, estrategias, políticas, etc.

Nos señala **Henri Fayol** que la toma de decisiones también hace parte de las funciones de la organización, señaló cómo las funciones del administrador la prevención, organización, coordinación y control, que expresado en términos más actuales no es otra cosa que la planeación, organización, dirección y control.

La técnica de planeación y la organización son partes fundamentales en el proceso ya que ahí radica la complejidad del método que se utilice pues al ser los pasos con más cantidad de deberes se vuelve un poco más complicado tener el control, pero en estos pasos existen más sub-categorías que no deben permitir que el procedimiento se salga de control, según lo que dice la lectura podemos decir que el procedimiento se basa en un programa centralizado que delega funciones conforme va bajando el nivel de autoridad, esto quiere decir que cada parte tiene una función específica y que si hubiera alguna falla en cualquiera de estos pasos sería difícil lograr un procedimiento limpio y eficiente.

Planear implica que los administradores piensen con antelación en sus metas y acciones, y que basan sus actos en algún método, plan o lógica, y no en corazonadas.

La planificación requiere definir los objetivos o metas de la organización, estableciendo una estrategia general para alcanzar esas metas y desarrollar una jerarquía completa de Planes para coordinar las actividades. Se ocupa tanto de los fines (¿qué hay que hacer?).

La Planeación es la base del proceso administrativo, en donde se determina los resultados que pretende alcanzar el grupo social.

La necesidad de planear se derivan del hecho de que todo organismo social en un medio que constantemente está experimentando, cambios tecnológicos, económicos, políticos, sociales, culturales.

Consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos.

La planeación es de corto plazo, mediano plazo y largo plazo.

En la práctica real, las cuatro funciones fundamentales de la administración (**PLANEACIÓN, ORGANIZACIÓN, DIRECCIÓN Y CONTROL**), están entrelazadas e interrelacionadas, el desempeño de una función no cesa por completo (termina) antes que se inicie la siguiente. Y por lo general no se ejecuta en una secuencia en particular, sino como parezca exigirlo la situación. Al establecer una nueva empresa

el orden de las funciones será quizás como se indica en el proceso pero en una empresa en marcha, el gerente puede encargarse del control en un momento dado y a continuación de esto ejecutar y luego planear. Se aplica de acuerdo a la situación que presenta cada empresa.

La secuencia debe ser adecuada al objetivo específico. Típicamente el gerente se halla involucrado en muchos objetivos y estará en diferentes etapas en cada uno. Para el no gerente esto puede dar la impresión de deficiencia o falta de orden. En tanto que en realidad el gerente tal vez está actuando con todo propósito y fuerza. A la larga por lo general se coloca mayor énfasis en ciertas funciones más que en otras, dependiendo de la situación individual. Así como algunas funciones necesitan apoyo y ejecutarse antes que otras puedan ponerse en acción.

Las funciones fundamentales no se ejecutan en forma independiente una de otra sino que se entrelazan entre sí. Forman de esta manera una interrelación entre las mismas, de tal forma que la ejecución de una influye sobre los demás.

La formación es la mejor manera de transformarte en un profesional preparado para enfrentarte a un mercado laboral competitivo con la ayuda de la universidad llevando un buen manejo de proceso administrativo ya que la universidad proporciona una preparación de profesionales y para tener experiencias para el futuro que llevara después de la universidad enfrentando día a día, el mundo que estará muy competitivo y marcará en nuestras vidas una gran rivalidad ,ya que muchas universidades llevan a cabo esta profesión a nivel competitivo.

Para concluir este concepto de proceso administrativo, es muy importante recordar que es uno de los métodos más importantes para llevar a cabo los procesos que son planeación, organización, dirección y control ya que de acuerdo a su orden se lleva una excelente administración. Podemos reflejarnos en una empresa que tenga éxito, tanto en lo personal desarrollamos habilidades en saber llevar un proceso en nuestra vida diaria y tener un mejor futuro como estudiante.

El proceso administrativo es un instrumento fundamental de la administración de una empresa.

Debemos contar con una buena planeación, un estudio previo y tener los objetivos bien claros para poder hacer del proceso lo más fluido posible y la empresa logre sus objetivos planteados.

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector
- Utilizar manual de prácticas de F.A.

METODOLOGÍA.

- El alumno de forma individual investigará en la bibliografía sugerida, la importancia de aplicar el proceso administrativo en la empresa y sus ventajas, del cual deberá entregar un resumen, señalando el autor o sitios web consultados.
- El alumno en equipos de trabajo, visitaran a diferentes empresas de la localidad, para investigar el uso del proceso administrativo, entrevistando al Gerente administrativo para que les aporte su experiencia.
- Por equipos de trabajo, entregar un informe escrito, señalando nombre de la empresa, giro, tamaño y nombre del Gerente entrevistado. (Plenaria en el salón de clases).

Preguntas de análisis en aula: (trabajo individual, equipo y plenaria).

- Explicar las ventajas de la aplicación del Proceso Administrativo en las empresas públicas y privadas.
- Explicar si el proceso administrativo, lo consideran fundamental en la administración de una empresa.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Investigación bibliográfica de los temas como se indica en la metodología a seguir.
- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio de experiencias e Ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes, así mismo el facilitador deberá retroalimentar y evaluar la participación del alumno.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Presentación de trabajo: **Aplicación del proceso administrativo en las empresas, sea pública o privada.** De acuerdo a la metodología sugerida, primero investigación documental y posteriormente visitar una empresa local.

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO:

Aplicación del proceso administrativo en las empresas, sea pública o privada.

La importancia del proceso administrativo radica en que sigue siendo utilizado hoy en día por la mayoría de las empresas en el mundo, debido a la universalidad de sus términos y funciones las cuales cuentan con su propia importancia.

El proceso administrativo es una de las partes indispensables en una empresa, y es al gerente a quien le corresponde su gestión o manejo.

El gerente puede auxiliarse por profesionales debidamente calificados.

El objetivo de los procesos administrativos es llegar o conseguir los objetivos que dieron razón a la empresa, o sea el giro correspondiente.

En la actualidad podemos notar que todas las empresas exitosas utilizan un proceso administrativo para manejar sus operaciones ya que este proceso compuesto por la planeación, organización, dirección y control son los procesos sistematizados necesarios para lograr lo que se proponen. El proceso administrativo es extremadamente importante en todo tipo de empresas ya que el uso de este proceso evita improvisaciones en los momentos más difíciles y en la toma de decisiones importantes.

En conclusión se puede decir que el proceso administrativo es indispensable para el buen funcionamiento de las empresas y de esto dependerán los resultados a futuro.

Los altos directivos se deben reunir para desarrollar y planear y después anunciar sus planes a los empleados.

De acuerdo a Richard L. Daft (2011), Un alto desempeño requiere la utilización eficiente y eficaz de los recursos organizacionales mediante las **cuatro funciones administrativas de planear, organizar, dirigir y controlar. (PA)**.

Para desempeñar las cuatro funciones, los administradores necesitan tres habilidades: conceptuales, humanas y técnicas.

Proceso Administrativo forma parte de toda empresa consta de las distintas tareas que tienen que realizarse para el orden y crecimiento de una compañía, realizándose además una sectorización de los trabajos en distintas áreas especializadas, y logrando que cada una de ellas no funcione como entes autónomos, sino que se realicen acciones conjuntas para poder alcanzar la los objetivos organizacionales.

Con un proceso administrativo bien organizado se logra vincular adecuadamente a todos los sectores de la empresa en función de una serie de objetivos comunes. La buena administración de una empresa, basada en procesos administrativos bien delineados, además permite ir elevando los niveles de productividad, lo que significa que los recursos, tanto humanos como materiales, se vuelven más efectivos.

Anexo 1. Caso práctico.

CONCLUSIONES.

En conclusión se puede decir que el proceso administrativo es indispensable para el buen funcionamiento de las empresas y de esto dependerán los resultados a futuro.

Los altos directivos se deben reunir para desarrollar y planear y después anunciar sus planes a los empleados.

Las partes del PA son elementos interactuantes y están diseñadas para administrar-dirigir una organización.

Ahora el siguiente paso es señalar una empresa local, ejemplificando como aplican las cuatro funciones administrativas de planear, organizar, dirigir y controlar.

PREGUNTAS DE ANÁLISIS EN EL AULA (TRABAJO INDIVIDUAL, GRUPAL Y PLENARIA).

1. Explica cómo se aplica el proceso administrativo en dos actividades distintas. Ejemplifica.

SITUACIÓN	Planeación	Organización	Dirección	Control
Vacaciones				
Fiesta de graduación				

Bibliografía preliminar

1. Chiavenato, Idalberto. Introducción a la teoría general de la administración. Ed. McGraw Hill. 2008
2. Daft, Richardt. Introducción a la Administración. Ed. Cengage. Edición 2010.
3. Hernández y Rodríguez, Sergio. Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias. Ed. McGraw Hill 2011.
4. Munch Lourdes, ADMINISTRACION: Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.
5. Robins Stephens y De censo. Fundamentos de administración. Ed. Pearson 2009 6da. Edición

UNIDAD II. PLANEACIÓN COMO FUNCIÓN ADMINISTRATIVA.

En el siguiente tema se abordará la importancia de la planeación en las empresas.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
5	Importancia de la planeación en las empresas.	Investigar y comparar el concepto de planeación de tres autores y diseñar su propio concepto, destacando la importancia de la planeación en las empresas.	Unidad 2. Planeación como función administrativa. 2.1. Importancia de la planeación. 2.2. La previsión como parte de la planeación.

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica, diseña y/o reestructura planes, funcionales y operacionales de la organización utilizando los elementos de la planeación como función administrativa, para crear las bases del proceso administrativo.

Subtemas.

- 2.1 Importancia de la planeación
- 2.2 La previsión como parte de la planeación
- 2.3 Principios de la planeación
- 2.4 Tipos de planeación
- 2.5 Proceso de planeación:
 - 2.5.1. Análisis del entorno
 - 2.5.2 Filosofía organizacional
 - 2.5.2.1 Visión
 - 2.5.2.2 Misión
 - 2.5.2.3. Valores
 - 2.5.2.4 Objetivos
 - 2.5.2.5 política institucional

- 2.5.3 Estrategias
- 2.5.4 Políticas y reglas
- 2.5.5 Procesos y procedimientos
- 2.5.6 Programas
- 2.5.7 Presupuestos

PRÁCTICA 5

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: Importancia de la planeación en las empresas.

OBJETIVO:

- Investigar y comparar el concepto de planeación de tres autores y diseñar su propio concepto, destacando la importancia de la planeación en las empresas.

INTRODUCCIÓN.

Es importante señalar que para realizar esta práctica es necesario consultar conceptos de planeación e identificar la importancia de aplicarla en la vida diaria y en la empresa.

Munch Galindo (2010), nos señala que a través de la planeación se plantea el rumbo hacia donde se dirige la organización, por eso la planeación es el punto de partida del proceso administrativo. De esa forma, gran parte del éxito de cualquier empresa depende de la planeación.

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector
- Manual de prácticas de F.A.

METODOLOGÍA.

- El alumno de forma individual investigará en tres fuentes bibliográficas, el concepto de planeación, posteriormente diseñará su propio concepto, destacando la importancia de la planeación en las empresas, del cual deberá entregar un reporte, citando a los autores consultados. Presentar un ejemplo de una empresa.

Pregunta de análisis en aula: (trabajo individual, equipo y plenaria).

- ¿Cómo explicas la importancia de aplicar la planeación en las empresas?

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Investigación bibliográfica del tema como se indica en la metodología a seguir.
- Propiciar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes.
- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes, así mismo el facilitador deberá retroalimentar la participación y evaluación de alumno.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Presentación de trabajo: **Importancia de la planeación en las empresas.**

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO:

Después de investigar los conceptos de planeación, el alumno deberá entregar un reporte por escrito como se señala en la metodología a seguir y considerando las sugerencias didácticas.

Deberá presentar un ejemplo de una empresa de éxito, que haya realizado planeación.

Los temas relacionados con esta práctica son:

2.1. Importancia de la Planeación

2.2. La previsión como parte de la planeación.

IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN.

A través de la planeación se plantea el rumbo hacia donde se dirige la organización, por eso la planeación es el punto de partida del proceso administrativo. De esa forma, gran parte del éxito de cualquier empresa depende de la planeación.

Mediante la planeación se responde a las preguntas: ¿Qué queremos? ¿Quiénes somos?, ¿Hacia dónde nos dirigimos? De esta forma con la planeación se promueve la eficiencia, se optimizan recursos, se reducen costos y se incrementa la productividad al establecer claramente los resultados por alcanzar. Munch Lourdes (2010).

Algunas de las ventajas de la planeación son:

- ✓ Define el rumbo de la organización de tal forma que todos los esfuerzos y recursos se dirijan hacia su consecución,
- ✓ Establece alternativas para hacer frente a las contingencias que se pueden presentar en el futuro.
- ✓ Reduce al mínimo las amenazas, se aprovechan las oportunidades del entorno y las debilidades se convierten en fortalezas.
- ✓ Establece la base para el control.

La planeación proporciona la base para una acción efectiva que resulta de la habilidad de la administración para anticiparse y prepararse para los cambios que podrían afectar los objetivos organizacionales, es la base para integrar las funciones administrativas y es necesaria para controlar las operaciones de la organización.

Antes de iniciar cualquier acción administrativa, es imprescindible determinar los resultados que pretende alcanzar el grupo social, así como las condiciones futuras y los elementos necesarios para que éste funcione eficazmente. Esto sólo se puede lograr a través de la planeación. Carecer de estos fundamentos implica graves riesgos, desperdicio de esfuerzos y de recursos, y una administración por demás fortuita e improvisada.

Por estas razones es que la planeación precede a las demás etapas del proceso administrativo, ya que planear implica hacer la elección de las decisiones más adecuadas acerca de lo que se habrá de realizar en el futuro.

LA PREVISION COMO PARTE DE LA PLANEACIÓN.

Sin planes, los administradores no pueden saber cómo organizar a la gente y los recursos; puede que no tengan ni siquiera la idea clara de qué es lo que necesitan organizar. Sin un plan, no pueden dirigir con confianza o esperar que otros los sigan. Y sin un plan, los administradores y sus seguidores tienen muy pocas probabilidades de lograr sus metas o de saber cuándo y dónde se están desviando de su camino.

La previsión implica ver hacia el futuro y responde a la pregunta **¿Qué puede hacerse?** Es base necesaria para la planeación ya que fija objetivos y plantea la

selección de cursos de acción. El principio de la previsión se da cuando un plan revela tal consistencia que busca reducir al mínimo sus errores. Ello se logra cuando se basa en experiencias y estudios anteriores. El cumplimiento de este principio despeja la proyección hacia el futuro.

La palabra **previsión** proviene de **prever** o pre-ver, lo que es “*ver anticipadamente las cosas*” o “tratar de ver en forma anticipada lo que va a ocurrir”. Entonces, entenderemos por previsión como aquella etapa del proceso administrativo donde se diagnostica a través de datos relevantes del pasado y del presente que sean relevantes, de tal forma que se puedan construir contextos sociales, políticos, económicos, tecnológicos, etc., en los que se desenvolverá la empresa en el mediano como en el largo plazo.

Todo administrador debe de ser un visionario, pero a la vez, previsor, ya que en la actualidad la única constante es el “cambio”, y debemos estar preparados para enfrentarlo.

Agustín Reyes Ponce (2004), nos señala que la **Previsión** “Es el elemento de la administración en el que con base en las condiciones futuras en que una empresa habrá de encontrarse, reveladas por una investigación técnica, se determinan los principales cursos de acción que nos permitirán realizar los objetivos de la empresa”.

CONCLUSIONES.

Sin duda la Planeación es la determinación del rumbo hacia el que se dirige la organización y los resultados que se pretende obtener, considerando el entorno que rodea a la organización.

Bibliografía preliminar

1. Chiavenato, Idalberto. Introducción a la teoría general de la administración. Ed. McGraw Hill.2008
2. Daft, Richardt. Introducción a la Administración. Ed. Cengage. Edición 2010.
- 3..Hernández y Rodríguez, Sergio. Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias. Ed. McGraw Hill 2011.
4. Munch Lourdes, ADMINISTRACION: Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.

UNIDAD II. En el siguiente tema se abordará la importancia del proceso administrativo y su aplicación.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
6	Los principios de la Planeación en una empresa local.	Investigar cómo se aplican los principios de planeación en una empresa local.	Unidad 2. Planeación como función administrativa. 2.3. Principios de la Planeación.

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica, diseña y/o reestructura planes, funcionales y operacionales de la organización utilizando los elementos de la planeación como función administrativa, para crear las bases del proceso administrativo.

Subtemas.

- 2.1 Importancia de la planeación
- 2.2 La previsión como parte de la planeación
- 2.3 Principios de la planeación
- 2.4 Tipos de planeación
- 2.5 Proceso de planeación:
 - 2.5.1. Análisis del entorno
 - 2.5.2 Filosofía organizacional
 - 2.5.2.1 Visión
 - 2.5.2.2 Misión
 - 2.5.2.3. Valores
 - 2.5.2.4 Objetivos
 - 2.5.2.5 política institucional
 - 2.5.3 Estrategias
 - 2.5.4 Políticas y reglas
 - 2.5.5 Procesos y procedimientos
 - 2.5.6 Programas
 - 2.5.7. Presupuestos.

PRÁCTICA 6

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: Los principios de la Planeación en una empresa local.

OBJETIVO:

- Investigar cómo se aplican los principios de planeación en una empresa local.

INTRODUCCIÓN.

Los principios de la planeación son muy importantes para manejar exitosamente una institución o una organización. También funcionan como guías que ayudan a los administradores a simplificar el proceso de administración.

Estos principios deben relacionar y complementar las operaciones, planes u órdenes; deben proveer información de instrucciones que cubran la logística y el apoyo administrativo de la operación.

En una organización se debe seguir un proceso que desarrolle y mantenga un ambiente en el cual los individuos, trabajando en grupos, puedan cumplir metas específicas.

Dichas metas deben crear unas ganancias o deben satisfacer ciertas necesidades. Los principios de planeación deben ayudar a cumplir con las metas específicas de la organización.

Los principios que analizaremos en esta práctica y serán aplicados a una empresa, serán los que señala Munch Galindo (2010):

- Factibilidad
- Objetividad
- Flexibilidad
- Cuantificación
- Unidad
- Del cambio de estrategias.

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector
- Manual de Prácticas de F.A.

METODOLOGÍA.

- El alumno de forma individual hará la lectura en el texto de ADMINISTRACIÓN, Munch Lourdes (2010) p.50, los principios y postulados de la planeación, e investigar cómo se aplican en una empresa local.
- De forma individual, entregar un informe escrito, señalando cada uno de los principios y como se aplican en la empresa investigada. Ejemplificar en cada uno. (Plenaria en el salón de clases).
- Se hará una dinámica, donde de forma individual expliquen los principios.
- Se trabajara con el **anexo 2**. Caso práctico.

Pregunta de análisis en aula: (trabajo individual, equipo y plenaria).

- ¿Cómo se aplican los principios de planeación en la empresa local que investigaste?.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Investigación bibliográfica de los temas como se indica en la metodología a seguir.
- Propiciar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes. Ejemplo: buscar en la bibliografía sugerida los principios de planeación.
- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de Ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes, así mismo el facilitador deberá retroalimentar sobre la participación y evaluar al alumno.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Presentación de trabajo: **Los principios de la Planeación en una empresa local.**

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO:

Después de investigar los principios de la planeación y sus postulados, el alumno deberá entregar un reporte por escrito como se señala en la metodología a seguir y considerando las sugerencias didácticas.

PRINCIPIOS DE LA PLANEACIÓN.

PRINCIPIO	POSTULADO
FACTIBILIDAD	Los planes deben ser posibles; es inoperante elaborar planes demasiado ambiciosos u optimistas que no se pueden lograr. La planeación debe adaptarse a la realidad y a las condiciones objetivas que actúan en el medio ambiente.
OBJETIVIDAD	Es indispensable utilizar datos objetivos tales como estadísticas, estudios de mercado, estudios de factibilidad, cálculos probabilísticos, modelos matemáticos y datos numéricos al elaborar planes para reducir al mínimo los riesgos.
FLEXIBILIDAD	Deben considerarse márgenes de holgura que consideren los imprevistos en todos los planes.
CUANTIFICACIÓN	Tanto el plan estratégico como los planes tácticos y operativos deben explicitarse en términos numéricos y cifras exactas. Es común que las empresas establezcan objetivos de manera general sin establecer números y cantidades de tiempo, lo que convierte los planes en un conjunto de buenas intenciones.
UNIDAD	Los planes tácticos y operativos deben subordinarse al plan estratégico y dirigirse al logro de la misión y visión organizacional. Debe existir congruencia y consistencia en todos los planes.
DEL CAMBIO DE ESTRATEGIAS.	Siempre deben considerarse planes alternos para un escenario optimista, otro realista y un pesimista. Comúnmente se conoce a esto como plan a, plan b y plan c, de tal forma que se afronten posibles cambios en el entorno.

FIGURA 1. PRINCIPIOS DE PLANEACIÓN.

CONCLUSIONES.

Los principios de la planeación son muy importantes para manejar exitosamente una institución o una organización. También funcionan como guías que ayudan a los administradores a simplificar el proceso de administración.

Los principios son guías universales que fundamentan y recomiendan acciones que por lo regular, al observarlos cuando se aplican, dan resultados homogéneos. Se basan en la experiencia humana y en la investigación. Al realizar la planeación, es indispensable tomar en cuenta los principios antes señalados.

Bibliografía preliminar

1. Hernández y Rodríguez, Sergio. Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias. Ed. McGraw Hill 2011.
2. Munch Lourdes, ADMINISTRACION: Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.
3. Robins Stephens y De censo. Fundamentos de administración. Ed. Pearson 2009 6da. Edición.

SITIOS WEB.

UNIDAD II. En el siguiente tema se abordará la planeación para el alto desempeño.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
7	Planeación para el alto desempeño.	Realizar investigación documental y presente propuesta del estilo de planeación que le ayuda a la organización a lograr un alto desempeño.	Unidad 2. Planeación como función administrativa. 2.4. Tipos de planeación 2.5. Proceso de planeación.

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica, diseña y/o reestructura planes, funcionales y operacionales de la organización utilizando los elementos de la planeación como función administrativa, para crear las bases del proceso administrativo.

Subtemas.

- 2.1 Importancia de la planeación
- 2.2 La previsión como parte de la planeación
- 2.3 Principios de la planeación
- 2.4 Tipos de planeación
- 2.5 Proceso de planeación:
 - 2.5.1. Análisis del entorno
 - 2.5.2 Filosofía organizacional
 - 2.5.2.1 Visión
 - 2.5.2.2 Misión
 - 2.5.2.3. Valores
 - 2.5.2.4 Objetivos
 - 2.5.2.5 política institucional
 - 2.5.3 Estrategias
 - 2.5.4 Políticas y reglas
 - 2.5.5 Procesos y procedimientos
 - 2.5.6 Programas
 - 2.5.7. Presupuestos.

PRÁCTICA 7

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: La planeación para el alto desempeño.

OBJETIVO:

- Realizar investigación documental y presentar propuesta del estilo de planeación que le ayuda a la organización a lograr un alto desempeño.

INTRODUCCIÓN.

El propósito de la planeación y el establecimiento de metas es ayudar a la organización a lograr un alto desempeño. El desempeño general de la organización depende de lograr los resultados identificados mediante el proceso de planeación. Este proceso cambia para ajustarse a un entorno de rápidas transformaciones. Por tradición, la estrategia y la planeación son del dominio de la alta gerencia. En la actualidad los administradores hacen participar a personas de toda la organización, lo que produce un rendimiento más alto, porque las personas entienden las metas y los planes y se convencen de ellos. En un entorno de negocios complejo y competitivo, el razonamiento estratégico y la ejecución se convierten en la expectativa de todos los empleados. La planeación adquiere vida propia cuando los empleados participan en el establecimiento de metas y la determinación de los medios para alcanzarlas.

Algunos de los lineamientos recomendados para el logro de la planeación de alto desempeño son los siguientes:

- Empiece con una misión y visión fuertes.
- Amplíe las metas para lograr la excelencia.
- Dirija la planeación a los sucesos.
- Utilice tableros de desempeño.
- Reconocer que la planeación empieza y termina con el nivel superior.

La planeación para el alto desempeño requiere de flexibilidad, es probable que los empleados tengan que adaptar sus planes para satisfacer nuevas necesidades y responder a los constantes cambios del entorno.

Los administradores deben mostrar su apoyo y compromiso al proceso de planeación.

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector
- Manual de Prácticas de F.A.

METODOLOGÍA.

- El alumno de forma individual realizará una investigación documental del tema Planeación para el alto desempeño en las empresas, y deberá presentar propuesta del estilo de planeación que le ayuda a la organización a lograr un alto desempeño. (La Propuesta deberá ser realizada y entregada por equipos de trabajo). Plenaria en el salón de clases.

Pregunta de análisis en aula: (trabajo individual, equipo y plenaria).

- ¿Cuáles son los puntos más importantes que se consideran en las empresas, para lograr una planeación de alto desempeño?

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Investigación bibliográfica del tema como se indica en la metodología a seguir.
- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de Ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes, así mismo el facilitador deberá retroalimentar sobre la participación y evaluar al alumno.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Presentación de trabajo: **Propuesta de planeación para el alto desempeño en las empresas.**

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO:

Después de investigar los aspectos relevantes en la planeación, para lograr un alto desempeño en las empresas, el alumno deberá entregar un reporte por escrito por equipo de trabajo, como se señala en la metodología a seguir y considerando las sugerencias didácticas.

CONCLUSIONES.

En la actualidad se considera importante al hacer la planeación, hacer que los demás participen en la planeación y el establecimiento de metas, con el fin de aumentar el compromiso y desempeño. Es importante considerar a las personas a alinear sus metas individuales con la misión y visión de la organización y utilizar metas amplias para fomentar la innovación y la excelencia.

Bibliografía preliminar

1. Hernández y Rodríguez, Sergio. Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias. Ed. McGraw Hill 2011.
2. Munch Lourdes, ADMINISTRACION: Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.
3. Robins Stephens y De censo. Fundamentos de administración. Ed. Pearson 2009 6da. Edición.

SITIOS WEB.

Los temas con los que se relaciona esta práctica es:

2.4. Tipos de planeación.

De acuerdo con el nivel jerárquico en el que se realice, con el ámbito de la organización que abarque y con el período que comprenda, la planeación puede ser:

Estratégica. Se realiza en los altos niveles de la organización. Se refiere a la planeación general; generalmente es a mediano y a largo plazo, y a partir de ésta se elaboran todos los planes de los distintos niveles de la empresa.

Táctica o funcional. Comprende los planes que se elaboran en cada una de las áreas de la empresa con la finalidad de lograr el plan estratégico.

Operativa. Se diseña de acuerdo con los planes tácticos; y, su nombre lo indica, se realiza en los niveles operativos.

2.5. Proceso de planeación.

Consiste en tomar decisiones anticipadas sobre lo que debe hacerse antes de la ejecución de la acción.

La planeación inicia con el análisis del contexto y la definición de la estrategia de desarrollo de la empresa en el mismo para generar las grandes políticas por seguir en el largo plazo. Más adelante, una vez establecida la gran línea rectora estratégica, se elaboran los planes tácticos de las áreas funcionales o básicas y, en caso de que la estrategia y la táctica requieran cambios en los procesos de trabajo, se modifican los planes operativos.

UNIDAD II. En el siguiente tema se abordará los elementos del plan estratégico.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
8	Elementos del plan estratégico de una empresa local. (primera parte)	Presentar primera parte del plan estratégico de una empresa local.	Unidad 2. Planeación como función administrativa. 2.5. Proceso de planeación: 2.5.1. Análisis del entorno 2.5.2. Filosofía Organizacional. 2.5.2.1. Visión 2.5.2.2. Misión 2.5.2.3. Valores 2.5.2.4. Objetivos 2.5.2.5. Política Institucional.

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica, diseña y/o reestructura planes, funcionales y operacionales de la organización utilizando los elementos de la planeación como función administrativa, para crear las bases del proceso administrativo.

Subtemas.

- 2.1 Importancia de la planeación
- 2.2 La previsión como parte de la planeación
- 2.3 Principios de la planeación
- 2.4 Tipos de planeación
- 2.5 Proceso de planeación:
 - 2.5.1. Análisis del entorno
 - 2.5.2 Filosofía organizacional
 - 2.5.2.1 Visión
 - 2.5.2.2 Misión
 - 2.5.2.3. Valores
 - 2.5.2.4 Objetivos
 - 2.5.2.5 política institucional
 - 2.5.3 Estrategias
 - 2.5.4 Políticas y reglas

- 2.5.5 Procesos y procedimientos
- 2.5.6 Programas
- 2.5.7. Presupuestos.

PRÁCTICA 8.

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: Elementos del plan estratégico de una empresa local. (primera parte).

OBJETIVO:

- Presentar plan estratégico de una empresa local.(primera parte).

INTRODUCCIÓN.

El plan estratégico es también conocido como plan maestro o plan de negocios, en él se plasman los elementos del proceso de planeación.(Munch Lourdes, 2010).

Los estudiantes analizarán el plan estratégico de una empresa local, haciendo primero una lectura del tema, en el libro de Administración de Munch, comprendiendo la primera parte: el análisis del entorno y la filosofía organizacional: Visión, misión, Valores, Objetivos y políticas.

La planeación inicia con el análisis del contexto y la definición de la estrategia de desarrollo de la empresa en el mismo para generar las grandes políticas por seguir en el largo plazo. Más adelante, una vez establecida la gran línea rectora estratégica, se elaboran los planes tácticos de las áreas funcionales o básicas y, en caso de que la estrategia y la táctica requieran cambios en los procesos de trabajo, se modifican los planes operativos. (Sergio Hernández y Rodríguez,2011).

La planeación estratégica debe ser para las organizaciones de vital importancia, ya que en sus propósitos, objetivos, mecanismos, etc. se resume el rumbo, la directriz

que toda la organización debe seguir, teniendo como objetivo final, el alcanzar las metas fijadas, mismas que se traducen en crecimiento económico, humano o tecnológico

Los propósitos y objetivos consisten en identificar cómo eliminar las deficiencias, que puedan presentarse en cualquiera de los procesos

Es necesario identificar los problemas que se enfrentan con el plan estratégico y distinguir de ellos los propósitos que se alcanzarán con dichos planes.

La planificación estratégica ayuda a la empresa a conseguir sus objetivos para mantenerse vigente, estando siempre pendiente de sus competencias tanto externas como internas. Todas las empresas micro, pequeña, mediana o grande deben saber lo que acontece a su alrededor, echando mano de la creatividad, para generar en el cliente eso que otras empresas no han logrado brindar. Anticiparse a lo que la sociedad requiere antes que otro. Planeación y Creatividad deben de ir de la mano siendo complemento ambas. Crear un Plus en el cliente, crear satisfacción más que una compra de productos o servicios. La satisfacción hace que te recomienden y por ende da como consecuencia aumento de ventas y mayor cartera de clientes

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector
- Manual de Prácticas de F.A.

METODOLOGÍA.

- El alumno de forma individual hará la lectura en el texto de ADMINISTRACIÓN, Munch Lourdes (2010) p.42 a 49, de la filosofía organizacional: Visión, Misión, Valores, Objetivos y políticas.
- Por equipos de trabajo, entregar un informe escrito, señalando cada uno de los elementos del plan estratégico de una empresa local. Ejemplificar en cada uno. (Plenaria en el salón de clases).
- Se hará una dinámica, por equipos de trabajo, para explicar el plan estratégico investigado.

Pregunta de análisis en aula: (trabajo individual, equipo y plenaria).

- ¿Qué importancia tiene aplicar el plan estratégico en la empresa?
- Señale la importancia de dar a conocer a los integrantes de la empresa el plan estratégico.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Investigación bibliográfica de los temas como se indica en la metodología a seguir.
- Propiciar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes. Ejemplo: buscar en la bibliografía sugerida los principios de planeación.
- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de Ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes, así mismo el facilitador deberá retroalimentar sobre la participación y evaluar al alumno.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Presentación de trabajo: **Elementos del plan estratégico de una empresa.**

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO:

Después de investigar los elementos del plan estratégico y la filosofía organizacional, el estudiante por equipos de trabajo deberá entregar un reporte por escrito de la empresa investigada, como se señala en la metodología a seguir y considerando las sugerencias didácticas.

GRUPO BIMBO. (fundada en 1945 por Don Lorenzo Servitje y Don Roberto Servitje).

Grupo BIMBO busca ser una empresa altamente productiva y plenamente humana.

Sus productos y marcas son destacados por su calidad, entre ellos se encuentran: pan *Bimbo* en sus diversas presentaciones, *Marinela*, *Barcel* y dulces *Ricolino*.

Debido a que es una empresa que opera en varias partes del mundo, con una amplia diversidad de culturas, costumbres, tradiciones e idiomas; lo que desea formar es una empresa con altos principios y valores, comprometida con su entorno y las personas relacionadas a la misma. Teniendo en cuenta como su principal objetivo el bienestar de las familias que consumen los productos y las que trabajan con ellos.

Por lo que el compromiso es con:

Consumidores y clientes: Ofrece productos y servicios de la más alta calidad e innovadores. Garantiza la disponibilidad y ofrece una propuesta de negocio que propicie crecimiento y desarrollo de sus socios comerciales.

Sus productos van dirigidos a todo tipo de consumidor o cliente, desde un niño con su amplia gama de dulces, hasta una persona de la tercera edad con las diversas presentaciones de pan; pensando en los gustos y necesidades de todos los potenciales clientes.

Accionistas y socios: Proporciona una rentabilidad razonable de manera sostenida creando valor en el largo plazo.

Colaboradores: Garantiza el respeto a su dignidad, a su individualidad y facilita un ambiente seguro para su bienestar y desarrollo.

Proveedores: Mantiene relaciones cordiales y honestas, promoviendo su desarrollo y buscando construir relaciones de negocios duraderas, equitativas y justas.

Competencia: Compite en el mercado basados en precio, calidad y servicio, en un marco de integridad y respeto.

Gobierno: Respeta las leyes y procura entender y respetar las costumbres y prácticas locales de cada país en el que opera.

Sociedad: Promueve el fortalecimiento de los valores éticos universales. Apoya el crecimiento económico y social de las comunidades en donde se encuentra. Cuida el medio ambiente.

CONOCIMIENTO DE FILOSOFIA DE LA EMPRESA

MISIÓN

Perseguir el logro día a día y el que diariamente avance en propósitos que constituyen su razón de ser con la empresa. Sus principios y valores son los que dan personalidad a Grupo BIMBO, es decir, la forma de ser. Los valores se entienden en conjunto como un complemento integral.

El Grupo BIMBO representa cada uno de los valores con los colores primarios y secundarios. En el centro de todos como principio fundamental esta la persona, origen y fin de nuestra acción.

VISIÓN

Una empresa con marcas líderes y confiables para nuestros consumidores.

El proveedor preferido de nuestros clientes.

Una empresa innovadora, que mira hacia el futuro.

Una empresa financieramente sólida.

Un lugar extraordinario para trabajar.

VALORES

En cuanto a los valores tenemos que son los principios fundamentales que rigen el comportamiento de los involucrados; definen lo que es importante en la organización y proporcionan criterios para la toma de decisiones. Los valores que la empresa maneja, reflejan el compromiso que tiene la organización con las personas involucradas con sus productos; además de que transmiten la importancia del

trabajo en equipo y la pasión por lo que la empresa realiza para otorgar la mejor calidad y servicio en sus productos.

“Nuestros principios y valores son los que nos dan la personalidad, la forma de ser. Los valores sólo se entienden en conjunto como un complemento integral.

En el centro de todos, como principio fundamental, está la persona, origen y fin de nuestra acción.”

Ejemplos de valores para grupo Bimbo:

Efectividad

“Lograr que las cosas sucedan: Resultados. Servir bien es nuestra razón de ser”.

Don Roberto Servitaje

Trabajo en equipo

“Agiles, activos, entusiastas, con los tenis puestos. Compartir, aprender de todos”.

Daniel Servitaje

Confianza

“Base sobre la que se construye todo. Contar con el otro para la tarea común”.

Daniel Servitaje

Calidad

“Nuestra empresa debe ser creadora, eficiente, productiva y con un altísimo ideal de calidad y servicio”.

Don Roberto Servitaje

Así también podemos mencionar los siguientes valores:

Pasión

Rentabilidad

Persona

NIVEL DE CENTRALIZACION EN TOMA DE DESICIONES

Para determinar el problema debemos conocer los gustos, deseos y necesidades de nuestros consumidores, estos son segmentados para generar posibles soluciones, estableciendo objetivos concretos y directos, propios a cada segmento.

Para elaborar la planeación y los programas nos basamos en los resultados generales de la investigación ubicándolos en un tiempo y espacio apropiado para ponerlos en acción, esa planeación es regida por nuestras políticas, objetivos y presupuestos. Tomando en cuenta la jerarquía en el organigrama.

CONDICIONES LABORALES

La seguridad y salud de nuestros colaboradores son fundamentales en el desarrollo de todas nuestras operaciones, por lo que nos conducimos siempre con base en los más altos estándares y lineamientos para la prevención de riesgos laborales.

El 100% de la fuerza de trabajo se encuentra representada en estos comités, cuya finalidad es monitorear la totalidad de condiciones en las que laboran los colaboradores, para garantizar una mejora continua e informar sobre prevención de enfermedades y accidentes. Su funcionamiento es a nivel centros de trabajo, región o país, oficina nacional, y corporativo.

Cada organización se ha enfocado en hacer viva la Política de Seguridad y Salud, en impulsar el liderazgo en seguridad de las jefaturas, la rendición de cuentas y el correcto funcionamiento del Modelo de Gestión y de los Comités de Seguridad y Salud.

AMBIENTE DE TRABAJO. COMUNICACIÓN INTERNA

Objetivo principal de la comunicación interna de BIMBO:

El objetivo de BIMBO es conseguir que sea un líder del sector en ventas y, lo más importante, líder en confianza. Por ello sus empleados son imprescindibles para que todos nuestros clientes y consumidores reciban la mejor calidad y el máximo servicio. Por ello, contratan a los mejores profesionales y prestan la máxima atención a su formación, seguridad, condiciones de trabajo y desarrollo profesional. La cultura organizativa de Sara Lee y por tanto de BIMBO, se identifica por la transparencia, ética, equidad interna, respeto, diversidad y por ofrecer un entorno seguro.

CONCLUSIONES.

Para elaborar un plan estratégico es indispensable contar con sistemas de información oportunos y actualizados, ya que a través de éstos es posible efectuar un análisis del entorno, de las fortalezas y las debilidades, de los riesgos presentes y futuros que podrán afectar el logro de los objetivos. La filosofía, la misión, los objetivos y las políticas estratégicas deben establecerse con un conocimiento pleno de todos los factores que influyen en la situación de la organización mediante el sistema de información.

Bibliografía preliminar

1. Munch Lourdes, ADMINISTRACION: Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.
2. Robins Stephens y De censo. Fundamentos de administración. Ed. Pearson 2009 6da. Edición.

SITIOS WEB.

Los temas con los que se relaciona esta práctica es:

2.5.1. Análisis del entorno.

Para que una compañía obtenga una ventaja competitiva, debe permanecer vigilante, y estar permanentemente rastreando los cambios que se producen en su entorno. También tiene que ser ágil para alterar sus estrategias y planes cuando surge alguna dificultad.

La mayoría de los especialistas piensan que en el turbulento entorno en el que se mueven los negocios hoy en día el mejor método es el análisis continuo. Ello permite a la compañía actuar rápidamente, tomar ventaja de las oportunidades antes que los competidores y así responder a las amenazas del entorno antes de que se haya producido un daño significativo.

Una vez que la información se ha obtenido se tiene que comunicar a toda la compañía, a todos los departamentos y a todos los niveles. Hay una resistencia natural a este planteamiento porque muchos empresarios piensan que el conocimiento es poder y que compartirlo reduce el valor de una compañía. Todo lo contrario. Todo el mundo en la compañía debería compartir la tarea de realizar el análisis. Cuando todos los empleados analizan parte del entorno y toda la información así obtenida se distribuye a toda la organización a dicha sociedad se le llama organización del aprendizaje.

El análisis del entorno generalmente se refiere al estudio de las variables que moldean las oportunidades y presentan riesgos para la empresa, y que podemos mencionar: la economía, política, legislación, tecnología, competencia, clientes y proveedores.

2.5.2. Filosofía organizacional.

Conjunto de valores, prácticas y creencias que son la razón de ser de la organización y representan su compromiso ante la sociedad.

2.5.2.1. Visión

Se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

La visión es el enunciado del estado deseado en el futuro para la organización. Provee dirección y forja el futuro de la empresa estimulando acciones concretas en el presente.

2.5.2.2. Misión

Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define, lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa

Formular la misión de una empresa equivale a enunciar su principal razón de existir; significa identificar la función que cumple en la sociedad y, además, su carácter y filosofía básicos.

La misión debe de dar a conocer y articular los objetivos y valores que contribuyen a lograr y mantener la integridad o unificación de la organización.

2.5.2.3. Valores

Pautas de conducta o principios que orientan la conducta de los individuos en la empresa.

2.5.2.4. Objetivos

Resultados que la empresa espera obtener, son fines por alcanzar, establecidos cuantitativamente y determinados para realizarse transcurrido un tiempo específico.

- ▶ Un objetivo cuantificado es una meta.
- ▶ Un objetivo fijado en tiempo es un programa.
- ▶ Un objetivo fijado en recursos financieros es un presupuesto.

2.5.2.5. Políticas

Son guías para orientar la acción; son criterios, lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización.

Políticas de liderazgo de mercado: liderazgo de productos; liderazgo con clientes; liderazgo operativo.

Políticas de ventas: cómo tratar a los clientes.

Políticas de precios: cómo manejar los precios frente al mercado.

Políticas de finanzas: cómo administrar los presupuestos, cómo administrar los créditos a clientes.

Políticas de recursos humanos: cómo tratar a los empleados de la organización. Cómo reclutar y seleccionar al personal, criterios de selección y estándares de calidad. Requisitos y responsabilidades implícitas para desempeñar las funciones.

Políticas de calidad: Demuestra el compromiso de la dirección de implantar un sistema de gestión de la calidad orientado a la atención del cliente y a la mejora continua.

UNIDAD II. En el siguiente tema se abordará los elementos del plan estratégico.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
9	Elementos del plan estratégico de una empresa local. (segunda parte)	Presentar segunda parte del plan estratégico de una empresa local.	Unidad 2. Planeación como función administrativa. 2.5.3. Estrategias 2.5.4. Políticas y reglas 2.5.5. Procesos y procedimientos. 2.5.6. Programas 2.5.7. Presupuestos.

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica, diseña y/o reestructura planes, funcionales y operacionales de la organización utilizando los elementos de la planeación como función administrativa, para crear las bases del proceso administrativo.

Subtemas.

- 2.1 Importancia de la planeación
- 2.2 La previsión como parte de la planeación
- 2.3 Principios de la planeación
- 2.4 Tipos de planeación
- 2.5 Proceso de planeación:
 - 2.5.1. Análisis del entorno
 - 2.5.2 Filosofía organizacional
 - 2.5.2.1 Visión
 - 2.5.2.2 Misión
 - 2.5.2.3. Valores
 - 2.5.2.4 Objetivos
 - 2.5.2.5 política institucional
 - 2.5.3 Estrategias
 - 2.5.4 Políticas y reglas
 - 2.5.5 Procesos y procedimientos
 - 2.5.6 Programas
 - 2.5.7. Presupuestos.

PRÁCTICA 9.

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: Elementos del plan estratégico de una empresa local. (segunda parte).

OBJETIVO:

- Presentar plan estratégico de una empresa local.(segunda parte).

INTRODUCCIÓN.

El plan estratégico es también conocido como plan maestro o plan de negocios, en él se plasman los elementos del proceso de planeación.(Munch Lourdes, 2010).

Los estudiantes analizarán el plan estratégico de una empresa local, haciendo primero una lectura del tema, en el libro de Administración de Munch, comprendiendo la segunda parte: **Estrategias, políticas y reglas, procesos y procedimientos, programas y presupuestos.**

En esta práctica examinaremos los análisis necesarios para que las empresas elaboren sus estrategias y luego las implementen.

La planeación inicia con el análisis del contexto y la definición de la estrategia de desarrollo de la empresa en el mismo para generar las grandes políticas por seguir en el largo plazo. Más adelante, una vez establecida la gran línea rectora estratégica, se elaboran los planes tácticos de las áreas funcionales o básicas y, en caso de que la estrategia y la táctica requieran cambios en los procesos de trabajo, se modifican los planes operativos. (Sergio Hernández y Rodríguez,2011).

La planeación estratégica debe ser para las organizaciones de vital importancia, ya que en sus propósitos, objetivos, mecanismos, etc. se resume el rumbo, la directriz que toda la organización debe seguir, teniendo como objetivo final, el alcanzar las metas fijadas, mismas que se traducen en crecimiento económico, humano o tecnológico

Los propósitos y objetivos consisten en identificar cómo eliminar las deficiencias, que puedan presentarse en cualquiera de los procesos

Es necesario identificar los problemas que se enfrentan con el plan estratégico y distinguir de ellos los propósitos que se alcanzarán con dichos planes.

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector
- Manual de Prácticas de F.A.

METODOLOGÍA.

- El alumno de forma individual hará la lectura en el texto de ADMINISTRACIÓN, Munch Lourdes (2010), ADMINISTRACIÓN de Griffin (2011) de la segunda parte del plan estratégico: Estrategias, Políticas y reglas, Procesos y procedimientos, programas y presupuestos.
- Por equipos de trabajo, entregar un informe escrito, señalando cada uno de los elementos del plan estratégico de una empresa local. Ejemplificar en cada uno. (Plenaria en el salón de clases).
- Describa las estrategias genéricas de Porter y dé un ejemplo para cada una.
- Se hará una dinámica, por equipos de trabajo, para explicar el plan estratégico investigado.

Pregunta de análisis en aula: (trabajo individual, equipo y plenaria).

- ¿Qué importancia tiene analizar las estrategias a implementar en la empresa?
- Señale la importancia de dar a conocer a los integrantes de la empresa el plan estratégico, enfocándose a estrategias, políticas, reglas, procesos, procedimientos, programas y presupuestos.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Investigación bibliográfica de los temas como se indica en la metodología a seguir.

- Propiciar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes. Ejemplo: buscar en la bibliografía sugerida los principios de planeación.
- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de Ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes, así mismo el facilitador deberá retroalimentar sobre la participación y evaluar al alumno.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Presentación de trabajo: **Elementos del plan estratégico de una empresa. (Segunda parte).**

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO:

Después de investigar los elementos del plan estratégico y la filosofía organizacional, el estudiante por equipos de trabajo deberá entregar un reporte por escrito de la empresa investigada, como se señala en la metodología a seguir y considerando las sugerencias didácticas.

GRUPO BIMBO. (fundada en 1945 por Don Lorenzo Servitje y Don Roberto Servitje).

Estrategias internas:

Tenemos un equipo profesional, sólido, comprometido y bien coordinado, capaz de llevar a cabo los objetivos que nos vamos fijando. Nuestro éxito reside en un factor clave: nuestro equipo humano.

Prestan la máxima atención a su formación, seguridad, condiciones de trabajo y posibilidades de desarrollo profesional. Ejercitan criterios de máxima igualdad y oportunidades en razón de sexo, cultura y minusvalía.

Sus empleados actúan con integridad, son inclusivos en el trabajo, trabajan como un equipo y son gente que tiene pasión por despuntar.

Tienen un modelo de gestión homogéneo donde la administración y funciones corporativas unificadas.

BIMBO trabaja de forma conjunta con sus distribuidores intercambiando información sobre el mercado y el consumidor, esto es crucial y la base de nuestro éxito y, todo ello, lo logramos con un equipo profesional, sólido, motivado y comprometido con el proyecto de la Compañía.

IDENTIFICACIÓN ACTUAL:

Grupo BIMBO actualmente cuenta con un Modelo de Gestión basado en los principios universales de "Calidad Clase Mundial", que se han implementado en todas sus operaciones.

Por lo que a la fecha sus plantas se encuentran certificadas con la Norma Mundial de Seguridad en Alimentos avalada por el Global Food Safety Initiative (GFSI).

Además se encuentra posicionada como la empresa de panificación más importante del mundo por posicionamiento de marca, volumen de producción y ventas. Contando con una presencia de en 22 países de América Latina, Asia y Europa.

Sin olvidarnos que Grupo BIMBO es una empresa socialmente responsable en materia de salud, nutrición, sustentabilidad y el medio ambiente. Con la incursión de sus empaquetados biodegradables y más amigables con el ambiente, BIMBO logró un gran avance como empresa.

En materia de nutrición, desde 2004, BIMBO implementó el programa "Comprometidos con tu Salud" alineado a la Estrategia Mundial de la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre Régimen Alimentario y Actividad Física.

Por lo que Grupo BIMBO actualmente es una empresa líder en su rubro y con conciencia social, que busca aportar ciertas medidas de ayuda y prevención en temas de importancia social.

.CULTURA ORGANIZACIONAL:

Debido a la posición en el mercado con la que cuenta la organización, todos tenemos en claro la imagen del osito Bimbo cuando pensamos en sus productos. Para la empresa, dicha imagen representa, la ternura, limpieza, blancura y suavidad de los productos que ofertan, además de que permiten simbolizar el nombre de la empresa, que en italiano hace referencia un niño pequeño; sin olvidar la importancia de los colores representativos, que son el rojo, azul y blanco, dado que permiten la transmisión de tranquilidad, pasión y confiabilidad de las marcas que la caracterizan.

Con respecto a las manifestaciones conductuales, tenemos la base de las relaciones que se manejan dentro de la empresa. En BIMBO se busca que el entorno laboral sea saludable, por lo que las interacciones con los colaboradores se basan en la **Regla de Oro: Respeto, Justicia, Confianza y Afecto.**

En cuanto a las políticas, normas y sistema de estatus interno; nos referimos a las manifestaciones estructurales. La estructura interna de BIMBO está conformada por el Presidente del Consejo y Director General, Daniel Servitje, además de contar con diferentes áreas funcionales como lo son, ventas, finanzas, producción, administración, logística, personal, auditoría, seguridad y compras. Dichas áreas funcionales, permiten un mejor desarrollo organizacional de la empresa para llevar a cabo sus políticas de compromiso social, ambiental y personal.

Finalmente en las manifestaciones materiales, hablamos de la tecnología, instalaciones y equipo con el que cuenta la empresa; Bimbo es caracterizado por su amplia cobertura de mercado, debido a las instalaciones de plantas en diversos países de América, Europa y Asia, lo que permite una tecnología de punta.

Correo Electrónico como Medio de Comunicación y las nuevas habilidades y las permanentes virtudes de la empresa.

Para el grupo BIMBO la inmediatez es un valor que se aprecia respecto a sus clientes, desde un principio de la modernidad se ha establecido el correo electrónico

empresarial, como un medio de comunicación para la empresa y las tiendas establecidas en cada colonia o provincia.

Se deja atrás el teléfono lada o (01800), como el medio de comunicación más efectivo, debido a que en la República Mexicana en el año 2014, entró en vigor la Reforma de Telecomunicaciones, la cual niega la transmisión de comerciales en televisión abierta, cerrando la mayor parte del mercado publicitario, por parte de los infantes y las madres del hogar.

Es así como se abre la nueva herramienta de comunicación, las redes sociales, segmentando aún más a su público. El Marketing en redes sociales, podría ser una debilidad por parte de la empresa, puesto que aún se está trabajando por parte de la administración de comunicación y desarrollo, teniendo como objetivo llegar a una nueva forma de hacer publicidad.

Los temas con los que se relaciona esta práctica es:

2.5.3. ESTRATEGIAS

A través de las estrategias se plantea cómo lograr específicamente y de la mejor manera los objetivos.

Las estrategias son alternativas o cursos de acción que muestran los medios y recursos que debe emplearse para lograr los objetivos. (Munch, 2010).

2.5.4. Políticas y reglas

Políticas son guías para orientar la acción; son criterios, lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización.

Las políticas son lineamientos que auxilian el logro de objetivos y facilitan la toma de decisiones. La diferencia que existe entre una política y una regla es que las reglas son mandatos precisos que deben acatarse, mientras las políticas son flexibles.

A continuación se presenta un ejemplo de cada una:

Regla:

- Los empleados de mostrador deben ser del sexo masculino.

Política:

- Las edecanes serán mayores de 20 años.

En conclusión, las reglas son rígidas y determinan lineamientos muy precisos que deberán cumplirse; su incumplimiento se sanciona. Tanto las políticas como las reglas determinan un esquema de conducta que debe seguir el personal.

Para que una política sea operante y cumpla su finalidad, debe:

- Establecerse por escrito y redactarse claramente y con precisión.
- Difundirse en los niveles en donde se vaya a aplicar.
- Actualizarse periódicamente.
- Servir de sustento a la filosofía, misión y visión organizacional, y ser flexible.

2.5.5. Procesos y procedimientos

Se ha encontrado que en la definición de los términos procesos y procedimientos existen similitudes por lo cual suelen usarse indistintamente en forma errónea.

La diferencia es clara en la aplicación concreta de los términos. Por ello se intentará explicitar esa diferencia.

Por ejemplo: al establecer manuales para la ejecución de una tarea hablamos de manuales de procedimientos. En cambio cuando hablamos de un proceso de negocio nos referimos a la transformación, por medio de recursos productivos, de un bien económico en bienes o servicios más elaborados orientados al cliente

Veamos las características de cada uno de estos términos para entenderlos conceptualmente y notar sus diferencias.

Procedimientos:

- Los Procedimientos definen la secuencia de los pasos para ejecutar una tarea.

- Son módulos que detallan y especifican como deben proceder los responsables (recursos humanos y/o tecnológicos) en su ejecución estableciendo políticas, normas y flujo de documentación.
- Se implementan y no experimentan cambios durante su uso. Al alcanzar obsolescencia son reemplazados por nuevos procedimientos. Su objetivo es finalizar una tarea.
- Los Procedimientos tienen objetivos diferentes para cada departamento de la organización.

Procesos:

- Los Procesos son acciones o actividades organizadas e interrelacionadas, orientadas a obtener un resultado específico.
- Transforman entradas en salidas mediante la utilización de recursos. Son dinámicos y mensurables en su comportamiento.
- Los procesos se operan, se gestionan. Su objetivo es obtener resultados.
- Los procesos establecen objetivos comunes que son compartidos por todos los departamentos.
- Partiendo de la premisa que todo aquello que es cuantificable se puede mejorar, cada proceso debe tener asignada una métrica que permita cuantificar la eficiencia del mismo.

2.5.6. Programas

Señala Munch, que un Esquema es donde se establece la secuencia de actividades específicas que habrán de realizarse para alcanzar los objetivos, y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución.

Elaboración técnica de un programa:

1. Identificar y determinar las actividades comprendidas.
2. Ordenar cronológicamente la realización de las actividades.
3. Interrelacionar las actividades, es decir, determinar qué actividad debe realizarse antes de otra, que actividades se dan simultáneamente, y por último, que actividades deben efectuarse posteriormente.
4. Asignar a cada actividad la unidad de tiempo de su duración.

2.5.7. Presupuestos

Es una declaración de los resultados esperados, expresados en términos numéricos. Se puede considerar como un programa llevado a números. El presupuesto se puede expresar en términos financieros o en términos de horas de trabajo, unidades de producto, horas-máquina, o cualquier otro término medible numéricamente. El presupuesto es necesario para el control pero no puede servir como estándar de control sensible a menos que refleje los planes. Por lo general un presupuesto pone en práctica un programa pero puede ser en sí mismo un programa.

La preparación de un presupuesto depende de la planeación, el presupuesto es el instrumento de planeación fundamental de muchas compañías y las obliga a realizar por anticipado una recopilación numérica del flujo de efectivo, gastos e ingresos, desembolsos de capital, utilización del trabajo o de horas máquina esperada. Una de las principales ventajas de la elaboración de presupuestos es que obliga a los directivos a planear.

Los presupuestos implican una estimación del capital, de los costos, de los ingresos y de las unidades o productos requeridos para lograr los objetivos.

Un sistema presupuestal debe incluir:

Presupuestos de operación: Abarcan presupuestos de ventas, producción, compras, mano de obra y gastos diversos.

Presupuestos de capital: Comprenden los presupuestos de inversiones capitalizables que realizan la empresa y de activos fijos tales como maquinaria, equipo, edificios, etc.

Presupuestos financieros: Incluye balance, estados de resultados, de origen y de aplicación de recursos, y de flujo de caja.

CONCLUSIONES.

Es necesario analizar el entorno de la organización y alcanzar las metas, para ello debemos diseñar y aplicar el plan exhaustivo, que es la estrategia a seguir. Las estrategias eficaces son las que promueven una alineación superior entre la organización y su entorno y el logro de las metas estratégicas. El alcance de una estrategia específica la gama de mercados en lo que una organización competirá.

Bibliografía preliminar

1. Griffin Ricky, ADMINISTRACIÓN. Ed. Cengage. Edición 2011.
3. Hernández y Rodríguez, Sergio. Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias. Ed. McGraw Hill 2011.
4. Munch Lourdes, ADMINISTRACION: Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.
5. Robins Stephens y De censo. Fundamentos de administración. Ed. Pearson 2009 6da. Edición.

UNIDAD III. En el siguiente tema se abordará las técnicas de planeación.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
10	Técnicas de planeación aplicables a las etapas del proceso administrativo.	Investigar las técnicas de planeación y especificar que técnicas aplica la empresa anteriormente elegida.	Unidad 3. Técnicas y herramientas de la planeación. 3.1. Concepto de técnica y herramienta como instrumento de la planeación. 3.2. Métodos matemáticos o estadísticos. 3.3. Uso y aplicación de las técnicas cualitativas. 3.3.1. Generales (finanzas, mercadotecnia, producción, recursos humanos y sistemas). 3.3. Métodos no matemáticos.

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica, las técnicas y herramientas de la planeación, así como su uso para la elaboración de planes de acuerdo a las necesidades de cada empresa.

Subtemas.

- 3.1 Concepto de técnica y herramienta como instrumento de planeación
- 3.2. Métodos matemáticos o estadísticos.
- 3.3. Uso y aplicación de las técnicas cuantitativas.
 - 3.3.1. Generales (finanzas, mercadotecnia, producción, recursos humanos y Sistemas)
- 3.4 Métodos no matemáticos
- 3.5. Uso y aplicación de las técnicas cualitativas.
 - 3.5.1 Generales (finanzas, mercadotécnica, producción, recursos humanos y Sistemas).
- 3.6. Inicio de la primera etapa del proyecto “estructuración administrativa y organizacional” en donde aplique y desarrolle la etapa de la planeación en una empresa de la localidad.

PRÁCTICA 10.

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: Técnicas de planeación aplicables a las etapas del proceso administrativo.

OBJETIVO:

- Investigar las técnicas de planeación y especificar que técnicas aplica la empresa anteriormente elegida.

INTRODUCCIÓN.

Nos señala Münch Galindo, que las técnicas de administración pueden ser cuantitativas cuando se aplican métodos matemáticos o estadísticos, y cualitativas cuando se aplican métodos no matemáticos como el criterio y/o la experiencia.

Las herramientas de planeación pueden ser generales, cuando apoyan la planeación y la toma de decisiones a nivel general o corporativo, y funcionales o específicas cuando se utilizan en cada área de la organización.

Las herramientas son técnicas que pueden utilizarse durante todas las etapas del proceso administrativo, específicamente en el momento de tomar decisiones.

En el proceso administrativo se tiene como una etapa inicial la planeación y esta consisten en la formulación del estado que sea desea en un futuro para la organización y con base en este se plantean algunos cursos alternativos de acción, para evaluarlos y así definir cuáles son las estrategias adecuadas para alcanzar los objetivos propuestos.

La planeación implica la creación de un futuro desde el presente con una visión prospectiva, es decir, como una prolongación de éste, por lo que comprende el establecimiento anticipado de los objetivos y metas.

Para llevar a cabo una planeación adecuada, existen distintas técnicas y herramientas que permiten que ésta se lleve a cabo, por ello, en este artículo se analizarán todas y cada una de ellas.

La aplicación de una u otra dependerá de algunos factores importantes, como lo son el tamaño de la organización, el giro de la misma, etc.

De acuerdo a Münch Galindo, los tipos o métodos de planeación se dividen en tres categorías:

- **Cualitativos:** O comúnmente conocidos como métodos de investigación, entre los más conocidos se encuentran los grupos T, lluvia de ideas, técnicas de juegos, puntos débiles, puntos fuertes, en su mayoría son estudiados a través de casos y dramatizaciones.
- **Cuantitativos:** Como la investigación de operaciones, apoyada en los árboles de decisión, teoría de colas, redes, etc. Pueden ser computarizados o manuales.
- **De ingeniería económica:** Utilizando métodos o técnicas financieras como el VPN (Valor Presente Neto), análisis de recuperación, punto de equilibrio y la tasa interna de retorno.

Entre sus principales herramientas y técnicas se encuentran:

- Diagramas de flujo
- Manuales de políticas y objetivos
- Gráficas de Gantt
- Ruta crítica o Método de Camino Crítico
- Técnica de Revisión y Evaluación de Programas (PERT)

Todas estas técnicas de igual manera sirven para el control en las empresas.

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector
- Manual de Prácticas de F.A.

METODOLOGÍA.

- El alumno de forma individual investigará las técnicas de planeación, deberá entregar un cuadro sinóptico o cuadro comparativo de las técnicas investigadas y especificar en las áreas donde se aplica. (Münch, p.48). libro de Administración.
- Por equipos de trabajo, entregar un informe escrito, explicando las técnicas de planeación que aplica la empresa para su control. Ejemplificar cada técnica utilizada. (Plenaria en el salón de clases).
- Se hará una dinámica, por equipos de trabajo, para explicar las técnicas de planeación aplicadas por la empresa en su control.

Pregunta de análisis en aula: (trabajo individual, equipo y plenaria).

- ¿Qué importancia tiene aplicar las técnicas de planeación a las etapas del proceso administrativo?
- Explique una técnica de planeación, que consideres sea la más común aplicada en toda empresa.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Investigación bibliográfica de los temas como se indica en la metodología a seguir.
- Propiciar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes.

- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de Ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes, así mismo el facilitador deberá retroalimentar sobre la participación y evaluar al alumno.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Presentación de trabajo: **Técnicas de planeación aplicables a las etapas del proceso administrativo.**

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO:

Después de investigar las técnicas de planeación aplicables a las etapas del proceso administrativo, el estudiante por equipos de trabajo deberá entregar un reporte por escrito de la empresa investigada, de las técnicas de planeación que aplica para su control.

De las técnicas de planeación cualitativas, podemos señalar las siguientes:

- Tormenta de ideas
- Círculos de calidad
- Delphi
- Grupos TGN
- FODA

De las técnicas de planeación cuantitativas, podemos señalar las siguientes:

- Investigación de mercados
- Redes CPM y PERT
- Árboles de decisión

- Software
- Las siete Herramientas básicas de Ishikawa
- Grafica de Gantt
- Estudios de factibilidad
- Modelos matemáticos

FODA en GRUPO BIMBO. (Cabe señalar que en grupo Bimbo se aplican varias técnicas de planeación, consideramos que la más usual es el análisis FODA.

Fortalezas. (Variables internas)	Oportunidades. (Variables externas)
<ul style="list-style-type: none"> • Prestaciones de ley. • Excelente comunicación y organización de sindicatos. • Clima Organizacional. • Comunicación efectiva. • La familia como el centro del ambiente laboral. • Grupo Bimbo no hace distinciones por género, preferencia sexual o religión en sus contrataciones. • Apoya la formación académica de sus colaboradores. • Grupo Bimbo cuenta con un excelente sistema de clasificación de 	<ul style="list-style-type: none"> • Pocos competidores equiparables a Grupo Bimbo. • Oportunidades de crecimiento en el ámbito laboral. • Grupo Bimbo ha logrado expandir su mercado no sólo en México, sino también teniendo presencia en 22 países de América, Asia y Europa. • Diversificación del consumo masivo. • Globalización. • Infraestructura amplia. • Se distingue de sus competidores por la calidad del empaquetado en

<p>cofias, para la identificación de los colaboradores.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Grupo Bimbo opera las plantas más grandes de la industria. · Amplían sus líneas de productos continuamente. · Se encuentran presentes en 17 países y cuentan con 900 centros de distribución. · No hay índices de desperdicio de producto alto, ya que venden productos a unos días de su límite de caducidad a precios muy económicos. 	<p>todos sus productos, así como en su distribución.</p> <ul style="list-style-type: none"> · La empresa es reconocida por la habilidad de sus trabajadores, su excelencia operativa, y en su comercialización. · Grupo Bimbo ha ampliado su línea de productos en México mediante la compra de una serie de productos de chocolate, dulce y botanas. · La empresa ofrece una variedad de productos que le permiten abarcar un mayor sector de consumidores. <hr/> <ul style="list-style-type: none"> · Marca posicionada como socialmente responsable. · Excelente marketing e imagen empresarial.
<p>Debilidades. (Variables internas)</p>	<p>Amenazas. (Variables externas)</p>
<ul style="list-style-type: none"> · Horarios de trabajo no establecidos. · Altos precios en comparación con el pan artesanal. · Altos costos de maquinarias. · Poco margen de caducidad en sus productos. 	<ul style="list-style-type: none"> · Cambios de hábitos de consumo. · Tendencia a la comida saludable. · Disminución de la producción de trigo y sus altos costos. · Conflictos políticos. · Disminución de ventas en el mercado escolar por considerarse comida poco saludable. · Mal manejo de información en los medios de comunicación.

	· Leyes que prohíben la publicidad de sus productos.
--	--

CONCLUSIONES.

La utilización de estas técnicas dependerá de varios factores como lo son el tamaño de la organización, factores externos, internos; dependerá también de las decisiones que tome el administrador, del giro de la empresa, la posición en el mercado, los recursos y la proyección de los resultados esperados.

La planeación es una actividad que es inherente a todos los seres humanos y por lo tanto, al desarrollo de toda función.

Su función e intervención en todas las áreas es muy importante, ya que todas tienen objetivos y metas a alcanzar, las áreas funcionales son: mercadotecnia, finanzas, producción y recursos humanos.

La importancia de las **técnicas de planeación** está en que sirve para anticiparnos al futuro, minimizar riesgos, optimizar y recursos; nos ayudará mucho a la hora de tomar decisiones en nuestro negocio.

Las **técnicas de planeación** pueden ser usadas en cualquier proyecto, la finalidad de las técnicas de la planeación consiste en que el administrador que las utilice, tome las decisiones más adecuadas de acuerdo a la situación más específica del medio y de la organización en donde se actúe.

Bibliografía preliminar

1. Griffin Ricky, ADMINISTRACIÓN. Ed. Cengage. Edición 2011.
2. Hernández y Rodríguez, Sergio. Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias. Ed. McGraw Hill 2011.
3. Munch Lourdes, ADMINISTRACION: Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.

Sitios WEB.

Los temas con los que se relaciona esta práctica es:

3.1 Concepto de técnica y herramienta como instrumento de la planeación.

Nos señala Münch Galindo, que las técnicas de administración pueden ser cuantitativas cuando se aplican métodos matemáticos o estadísticos, y cualitativas cuando se aplican métodos no matemáticos como el criterio y/o la experiencia.

Las herramientas de planeación pueden ser generales, cuando apoyan la planeación y la toma de decisiones a nivel general o corporativo, y funcionales o específicas cuando se utilizan en cada área de la organización.

Las herramientas son técnicas que pueden utilizarse durante todas las etapas del proceso administrativo, específicamente en el momento de tomar decisiones.

La finalidad de las técnicas de la planeación consiste en que el administrador que las utilice, tome las decisiones más adecuadas de acuerdo a la situación más específica del medio y de la organización donde se actúe. Las técnicas pueden ser usadas en cualquier proyecto y en toda empresa son aplicadas.

3.2 Métodos matemáticos o estadísticos

El término matemáticas aplicadas se refiere a todos aquellos métodos y herramientas matemáticas que pueden ser utilizados en el análisis o solución de problemas pertenecientes al área de las ciencias aplicadas o sociales

Muchos métodos matemáticos han resultado efectivos en el estudio de problemas en física, química, biología, medicina, ciencias sociales, administración, ingeniería, economía, finanzas entre otras.

.Las matemáticas aplicadas son usadas frecuentemente en distintas áreas tecnológicas para modelado, simulación y optimización de procesos o fenómenos como el túnel de viento o el diseño de experimentos.

Para procesos complejos, costosos, riesgosos, altamente dinámicos o demorosos (que pueden durar mucho tiempo), el modelado matemático y la simulación por computadora son muy utilizados como alternativa preferente, y en algunos casos, se transforman en la única opción viable.

3.3 Uso y aplicación de las técnicas cuantitativas.

3.3.1. Generales (finanzas, mercadotécnica, producción, recursos humanos y sistemas).

Las técnicas de planeación cuantitativas ajustan una línea de tendencia a una ecuación matemática y proyecta hacia el futuro por medio de esta ecuación. Aplican un conjunto de reglas matemáticas a una serie de datos anteriores para predecir resultados futuros. (Análisis de series temporales)

La finalidad de las técnicas de la planeación consiste en que el administrador que las utilice, tome las decisiones más adecuadas de acuerdo a la situación más específica del medio y de la organización donde se actúe. Las técnicas pueden ser usadas en cualquier proyecto. A continuación señalaremos las técnicas cuantitativas:

- Investigación de mercados
- Redes CPM y PERT
- Arboles de decisión
- Software
- Siete Herramientas básicas de Ishikawa
- Grafica de Gantt
- Estudios de factibilidad
- Simulación
- Análisis del entorno
- Grafica de Gantt
- Modelos matemáticos.

3.4 Métodos no matemáticos

Se podría decir que un modelo de las ciencias físicas es una traducción de la realidad física de un sistema en términos matemáticos, es decir, una forma de representar cada uno de los tipos entidades que intervienen en un cierto proceso físico mediante objetos matemáticos. Las relaciones matemáticas formales entre los objetos del modelo, deben representar de alguna manera las relaciones reales existentes entre las diferentes entidades o aspectos del sistema u objeto real. Así una vez "traducido" o "representado" cierto problema en forma de modelo matemático, se pueden aplicar el cálculo, el álgebra y otras herramientas matemáticas para deducir el comportamiento del sistema bajo estudio. Un modelo físico requerirá por tanto que se pueda seguir el camino inverso al modelado, permitiendo reinterpretar en la realidad las predicciones del modelo.

UNIDAD III. En el siguiente tema se abordara el análisis FODA.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
11	Análisis FODA	Analizar la situación real de la empresa a investigar y detectar posibles oportunidades que ayuden al logro de los planes.	Unidad 3. Técnicas y herramientas de la planeación. 3.5. Uso y aplicación de las técnicas cualitativas. 3.5.1. Generales (finanzas, mercadotecnia, producción, recursos humanos y sistemas).

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica, las técnicas y herramientas de la planeación, así como su uso para la elaboración de planes de acuerdo a las necesidades de cada empresa.

Subtemas.

- 3.1 Concepto de técnica y herramienta como instrumento de planeación
- 3.2. Métodos matemáticos o estadísticos.
- 3.3. Uso y aplicación de las técnicas cuantitativas.
 - 3.3.1. Generales (finanzas, mercadotecnia, producción, recursos humanos y Sistemas)
- 3.4 Métodos no matemáticos
- 3.5. Uso y aplicación de las técnicas cualitativas.
 - 3.5.1 Generales (finanzas, mercadotecnia, producción, recursos humanos y Sistemas).
- 3.6. Inicio de la primera etapa del proyecto “estructuración administrativa y organizacional” en donde aplique y desarrolle la etapa de la planeación en una empresa de la localidad.

PRÁCTICA 11.

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: Análisis FODA.

OBJETIVO:

- Analizar la situación real de la empresa a investigar y detectar posibles oportunidades que ayuden al logro de los planes.

INTRODUCCIÓN.

Una de las técnicas de planeación más usual es el **análisis FODA**, que consiste en detectar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que pueden afectar el logro de los planes.

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa. Este acrónimo es aplicado a cualquier situación, en el cual, se necesite un análisis o estudio

De acuerdo con Münch, la finalidad del **FODA**, es convertir las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades. También es conocido como DOFA o SWOT (por sus siglas en inglés). Se basa en el análisis del entorno y se fundamenta en proyecciones estadísticas, económicas y financieras.

El análisis **FODA** permite determinar las ventajas competitivas de la empresa bajo análisis y la estrategia genérica a emplear por la misma que más le convenga en función de sus características propias y de las del mercado en que se mueve.

¿Para qué sirve el FODA?

- Se recurre a ella para desarrollar una estrategia de negocio que sea sólida a futuro, además, el análisis FODA es una herramienta útil que todo gerente de empresa o industria debe ejecutar y tomarla en consideración.

- Si existiera una situación compleja el análisis FODA puede hacer frente a ella de forma sencilla y eficaz. Enfocándose así a los factores que tienen mayor impacto en la organización, a partir de allí se tomaran eficientes decisiones y las acciones pertinentes.

¿Cómo se realiza un análisis FODA?

Fortalezas: los atributos o destrezas que una industria o empresa contiene para alcanzar los objetivos.

Oportunidades: las condiciones externas, lo que está a la vista por todos o la popularidad y competitividad que tenga la industria u organización útiles para alcanzar el objetivo

Debilidades: lo que es perjudicial o factores desfavorables para la ejecución del objetivo.

Amenazas: lo perjudicial, lo que amenaza la supervivencia de la industria o empresa que se encuentran externamente, las cuales, pudieran convertirse en oportunidades, para alcanzar el objetivo.

Procedimiento para desarrollar el análisis FODA

- Definir el objetivo:

Tener una perspectiva de cómo pudiera ser el nuevo proyecto en el mercado desde el principio hasta el final, ya identificado claramente el objetivo.

- Desarrollo del FODA:

A: Información de las fortalezas y las debilidades

B: Información de las oportunidades y amenazas

- Ejecutarlo:

Al identificar y evaluar los resultados **FODA**, se comenzará a desarrollar las estrategias necesarias sea en corto o largo plazo.

El análisis **FODA** es uno de los pasos más importantes para formular la estrategia. Al usar la misión de la organización como contexto, los gerentes evalúan las fortalezas internas (competencias distintivas) y debilidades, así como las

oportunidades y amenazas externas. La meta es entonces desarrollar adecuadas estrategias que explotan las oportunidades y fortalezas, neutralizan las amenazas y evitan las debilidades, según Griffin R (2011).

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector
- Manual de Prácticas de F.A.

METODOLOGÍA.

- El alumno de forma individual realizará lectura del tema: análisis FODA, de tres autores, identificando la importancia de esta técnica de planeación. (ver ejemplo de análisis FODA, en sitios WEB, de empresas competitivas.
- Por equipos de trabajo, de cuatro integrantes, analizaran a la empresa estudiada, presentándole un análisis FODA, que les permita detectar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que pueden afectar el logro de los planes.

Pregunta de análisis en aula: (trabajo individual, equipo y plenaria).

- ¿Cómo describen el análisis FODA para diseñar la estrategia?

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Investigación bibliográfica de los temas como se indica en la metodología a seguir.
- Propiciar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes. Ejemplo: buscar en la bibliografía sugerida los principios de planeación.
- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de Ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre

los estudiantes, así mismo el facilitador deberá retroalimentar sobre la participación y evaluar al alumno.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Presentación de trabajo: **Análisis FODA (de la empresa estudiada).**

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO:

Después de estudiar el tema del análisis FODA, el estudiante presentará un análisis **FODA** de una empresa, por equipos de trabajo.

En la práctica anterior analizamos el tema de las técnicas de planeación y pusimos como ejemplo a Grupo BIMBO, con la técnica más usual, que es el análisis FODA, a continuación explicaremos el significado de análisis FODA y posteriormente señalaremos otra empresa, para efectos de investigación del tema.(Cinepolis).

ANALISIS INTERNO: Los elementos internos que se deben analizar durante el análisis FODA corresponden a las fortalezas y debilidades que se tienen respecto a la disponibilidad de recursos de capital, personal, activos, calidad de producto, estructura interna y de mercado, percepción de los consumidores, entre otros.

FORTALEZAS: Para realizar el análisis interno de una corporación deben aplicarse diferentes técnicas que permitan identificar dentro de la organización qué atributos le permiten generar una **VENTAJA COMPETITIVA** sobre el resto de sus competidores.

Ejemplos de fortalezas:

- **Locales amplios** y cómodos.
- Variedad de **productos**.
- **Atención personalizada** con asesoramiento técnico.

- **Horarios de atención** (de lunes a domingo).
- **Trato al cliente.**
- **Actitud del equipo** de trabajo.

DEBILIDADES: Las debilidades se refieren a todos aquellos elementos, recursos de energía, habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización. También se pueden clasificar: aspectos del servicio que se brinda, aspectos financieros, aspectos de mercado, aspectos organizativos, aspectos de control. Las debilidades son problemas internos que, una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse. Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

- ¿Qué se puede evitar?
- ¿Qué se debería mejorar?
- ¿Qué desventajas hay en la empresa?
- ¿Qué percibe la gente del mercado como una debilidad?
- ¿Qué factores reducen las ventas?
- ¿Qué haces mal?

Ejemplos de debilidades:

- No hay dirección estratégica clara.
- Incapacidad de financiación.
- Falta habilidades o capacidades clave.
- Atraso en I+D.
- Exceso problemas operativos internos.
- Instalaciones obsoletas.
- Coste unitario elevado.
- Rentabilidad insuficiente.

ANALISIS EXTERNO: La organización no existe ni puede existir fuera de un entorno que le rodea. Así que el análisis externo permite fijar las oportunidades y amenazas que el contexto puede presentarle a una organización. El proceso para determinar esas oportunidades o amenazas se puede realizar estableciendo los principales hechos o acontecimientos del ambiente que tiene o podrían tener alguna relación con la organización.

OPORTUNIDADES: Las oportunidades son aquellos factores positivos que se generan en el entorno y que, una vez identificados, pueden ser aprovechados. Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

- ¿Qué circunstancias mejoran la situación de la empresa?
- ¿Qué tendencias del mercado pueden favorecernos?
- ¿Existe una coyuntura en la economía del país?
- ¿Qué cambios de tecnología se están presentando en el mercado?
- ¿Qué cambios en la normatividad legal y/o política se están presentando?
- ¿Qué cambios en los patrones sociales y de estilos de vida se están presentando?

AMENAZAS: Las amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra este, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearlas.

Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

- ¿A qué obstáculos se enfrenta la empresa?
- ¿Qué están haciendo los competidores?
- ¿Se tienen problemas de recursos de capital?
- ¿Puede alguna de las amenazas impedir totalmente la actividad de la empresa?

EJEMPLO DE ANALISIS FODA:



FORTALEZAS:

- Capacitación de todos los empleados, proceso adecuado de inducción al trabajo.
- Pioneros en dar servicios únicos que se convirtieron desde entonces en paradigmas en la industria cinematográfica en México.
- En general, siempre ofrecen un muy buen servicio
- Garantía Cinépolis (si la película no te convence del todo dentro de los primeros 15 minutos de película y esta tiene garantía Cinépolis, puedes solicitar cambio de sala)
- Cuenta con cines en todo el país, en algunos países de América latina e inclusive en la india.
- El mercado del cine aún no está muy saturado, al menos en México.

OPORTUNIDADES:

- Aún hay algunas ciudades pequeñas y medianas que no cuentan con algún cine, o los que hay tienen un servicio deficiente por no estar respaldados por una empresa prestigiada o una marca patentada.
- Consumidores que buscan nuevas experiencias en cine.
- La falta de centros recreativos novedosos hace de cinépolis una buena opción, ya que no solo ofrece la proyección de películas de estreno, sino todo un centro de entretenimiento que muchas veces incluye cafetería, videojuegos, bar, y algunas otras opciones novedosas en constante renovación.

DEBILIDADES:

- Debido a la relativa libertad que se le da al personal de toma de decisiones en caso contingencias, algunas pocas veces el personal llega a actuar de forma intransigente.
- Se tiene una constante rotación en el personal, por la imparcialidad en cuanto a descansos, jornadas, horarios etc. Por ser esta una empresa de entretenimiento, prácticamente ningún empleado descansa nunca en días festivos, ni fines de semana.

AMENAZAS:

- La aparición de nuevas empresas que ofrezcan el mismo servicio que cinépolis, al mismo precio, o inclusive a un precio más bajo, proveniente de empresas nacionales o trasnacionales, por el acelerado proceso de globalización.
- La industria clandestina de la piratería en DVD's que cada día avanza y gana más terreno.

3.5. Uso y aplicación de las técnicas cualitativas

3.5.1. Generales (finanzas, mercadotecnia, producción, recursos humanos y sistemas).

Estos tipos de técnicas se presentan métodos no matemáticos basados en confrontaciones, comparaciones, consensos, entre otros.

Las técnicas cualitativas más utilizadas en los negocios son:

- Tormenta o lluvia de ideas (Brainstorming)
- Círculos de calidad
- Delphi
- Grupos TGN
- FODA

CONCLUSIONES.

La toma de decisiones es un proceso cotidiano mediante el cual se realiza una elección entre diferentes alternativas a los efectos de resolver las más variadas situaciones. En todo momento se deben tomar decisiones. Para realizar una acertada toma de decisiones respecto a un tema, es necesario conocerlo, comprenderlo y analizarlo, para así poder darle solución. Es importante recordar que "sin problema no puede existir una solución". Por ello, las empresas deberían analizar la situación teniendo en cuenta la realidad particular de lo que se está analizando, las posibles alternativas a elegir y las consecuencias futuras de cada elección. Lo significativo y preocupante, es que existe una gran cantidad de empresas que enfrentan sus problemas tomando decisiones de forma automática e irracional (no estratégica), y no tienen en cuenta que el resultado de una mala o buena elección puede tener consecuencias en el éxito o fracaso de la empresa. Las organizaciones deberían realizar un proceso más estructurado que les pueda dar más información y seguridad para la toma de decisiones y así reducir el riesgo de cometer errores. Aquí es donde radica la importancia del análisis FODA como elemento necesario para conocer su situación real.

Bibliografía preliminar

1. Griffin Ricky, ADMINISTRACIÓN. Ed. Cengage. Edición 2011.
2. Hernández y Rodríguez, Sergio. Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias. Ed. McGraw Hill 2011.
3. Munch Lourdes, ADMINISTRACION: Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.

Sitios WEB.

UNIDAD III. En el siguiente tema se abordará la estructuración administrativa y organizacional de una empresa local.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
12	Estructuración administrativa y organizacional de una empresa local.	Aplicar y desarrollar los elementos de la etapa de la planeación y organización en una empresa de la localidad.	Unidad 3. Técnicas y herramientas de la planeación. 3.6. Inicio de la primera etapa del proyecto “estructuración administrativa y organizacional en donde aplique y desarrolle la etapa de la planeación y organización en una empresa de la localidad.

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica, las técnicas y herramientas de la planeación, así como su uso para la elaboración de planes de acuerdo a las necesidades de cada empresa.

Subtemas.

- 3.1 Concepto de técnica y herramienta como instrumento de planeación
- 3.2. Métodos matemáticos o estadísticos.
- 3.3. Uso y aplicación de las técnicas cuantitativas.
 - 3.3.1. Generales (finanzas, mercadotecnia, producción, recursos humanos y Sistemas)
- 3.4 Métodos no matemáticos
- 3.5. Uso y aplicación de las técnicas cualitativas.
 - 3.5.1 Generales (finanzas, mercadotécnica, producción, recursos humanos y Sistemas).
- 3.6. Inicio de la primera etapa del proyecto “estructuración administrativa y organizacional” en donde aplique y desarrolle la etapa de la planeación en una empresa de la localidad.

PRÁCTICA 12.

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: Estructuración administrativa y organizacional de una empresa local.

OBJETIVO:

- Aplicar y desarrollar los elementos de la etapa de .la planeación en una empresa de la localidad.

INTRODUCCIÓN.

El proyecto será realizado por equipos de trabajo formados en el salón de clases por el docente, siguiendo la metodología y sugerencias didácticas.

El objetivo del proyecto que planteé el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de las competencias de la asignatura, considerando las fases:

- Fundamentación
- Planeación
- Ejecución
- Evaluación

Estructura Administrativa; concepto y Definición

La estructura administrativa es el "**sistema de relaciones formales que se establecen en el interior de una organización/empresa para que ésta alcance sus objetivos de conservación, productivos y económicos**", lo señala Idalberto Chiavenato, 2000.

Una organización es un grupo humano deliberadamente constituido en torno a tareas comunes y en función de la obtención de metas específicas. Para poder alcanzar los propósitos propuestos, partiendo, en la casi totalidad de los casos, de recursos limitados, resulta necesaria la construcción de un esquema o modelo, que permita la interrelación e interacción de sus elementos. La estructura será entonces, la herramienta que le permita a la organización alcanzar sus objetivos.

Permite lograr una determinada disposición de sus recursos, facilita la realización de las actividades y coordinación de su funcionamiento. De esta manera, puede realizarse el esfuerzo coordinado que lleve a la obtención de objetivos, definiendo las relaciones y aspectos más o menos estables de la organización.

La estructura organizacional puede definirse como el conjunto de medios que maneja la organización con el objeto de dividir el trabajo en diferentes tareas y lograr la coordinación efectiva de las mismas.

En la estructura, las partes están integradas, es decir que se relacionan de tal forma que un cambio en uno de los elementos componentes afecta y genera cambios en los demás, en las relaciones entre los mismos y en la conducta de toda la organización.

Eficacia y eficiencia en la estructura administrativa

A través del diseño de la estructura de la organización se busca el logro de un adecuado grado de eficacia y eficiencia. La estructura formal es un elemento fundamental para proporcionar un ambiente interno adecuado, en el que las actividades que desarrollan sus miembros contribuyen al logro de los objetivos. Una estructura es eficiente si permite esa consecución con el mínimo de costo o evitando consecuencias imprevistas para la organización.

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector
- Manual de Prácticas de F.A.

METODOLOGÍA.

- Por equipos de trabajo, de cuatro integrantes, analizaran la práctica 8 y 9 donde se analizan los elementos del plan estratégico, primera y segunda parte.
- Aplicarán y desarrollaran la etapa de la planeación y organización en una empresa pequeña de la localidad, deberán apoyar a la empresa a formalizar las etapas de planeación y organización.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Utilizar el manual de prácticas de Función administrativa, de las prácticas anteriores para desarrollar el proyecto.
- Estructurar el proyecto de acuerdo a la guía que a continuación se presenta.

Guía para la estructuración administrativa y organizacional de una empresa local, a utilizarse en la práctica 12 y 15.

VALOR: 60%

Fecha de presentación y entrega: mayo.

Contenido

- Portada
- Introducción
 1. Principios de planeación que se aplican en la empresa (mediante ejemplos)
 2. Tipos de planeación (estratégica, táctica y operativa)
 3. Filosofía Organizacional
 - Misión
 - Visión
 - Valores
 - Objetivos
 4. Estrategias que utilizan para incrementar la competitividad de su empresa.
 - Políticas
 - Reglas
 - Proceso y procedimientos
 - Programas
 - Presupuestos
 5. Técnicas de planeación (FODA, Gráfica de Gantt)
 - Mencionar acciones propuestas para convertir debilidades en fortalezas.

- Mencionar acciones propuestas para convertir amenazas en oportunidades.
6. Principios de organización que se aplican a la empresa mediante ejemplos.
 7. Represente el organigrama de la empresa
 8. Represente un análisis de puesto de la empresa que está investigando (identificación, descripción y perfil del puesto).
 9. Identificar un manual para la empresa (investigar dos empresas del mismo giro que usen manuales de organización. Presentar una propuesta.
 10. Represente un diagrama de proceso. (descripción del procedimiento).
- Conclusiones generales, (son las consecuencia, aspectos más importantes, breves y sintetizado de nuestro proyecto. Las conclusiones se exponen de manera ordenada, se puede mencionar las nuevas habilidades adquiridas y los beneficios de la empresa por las aportaciones realizadas.

Nota: fundamento teórico que respalde el proyecto.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Presentación de trabajo: **Estructuración administrativa y organizacional de una empresa local.**

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO:

Después de estudiar y analizar la práctica 8 y 9 los elementos del plan estratégico, se iniciará el proyecto de estructuración administrativa y organizacional en donde aplique y desarrolle la etapa de planeación y organización en una empresa local pequeña, deberán apoyar a la empresa a formalizar las etapas de planeación y organización.

Para McDonalds, la clave que le permite hacer su trabajo satisfactoria y consistentemente es su Plan para ganar...

Anexo 5. Se presenta el proyecto Estructuración administrativa y organizacional de una empresa local pequeña, desarrollado por los estudiantes de licenciatura en Administración.

Bibliografía preliminar

1. Griffin Ricky, ADMINISTRACIÓN. Ed. Cengage. Edición 2011.
2. Hernández y Rodríguez, Sergio. Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias. Ed. McGraw Hill 2011.
3. Munch Lourdes, ADMINISTRACION: Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.

Sitios WEB.

UNIDAD IV. En el siguiente tema se abordará el diseño de estructuras de organización.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
13	Diseño de estructuras de organización.	Diseñar en forma grupal e individual las diferentes estructuras organizacionales y concluir mediante lluvia de ideas lo más factible de acuerdo a las necesidades de cada empresa.	Unidad 4. Organización como función administrativa. 4.1. Concepto e importancia de la organización como función administrativa. 4.2. Organización formal e informal. 4.3. Principios de la Organización. 4.4. Proceso de Organización. 4.5. Estructuras de departamentos o áreas. 4.6. Sistema y modelos de estructuras organizacionales.

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica las técnicas y herramientas de la planeación, así como su uso para la elaboración de planes de acuerdo a las necesidades de cada empresa.

Subtemas.

4.1. Concepto e importancia de la organización como función administrativa.

4.2. Organización formal e informal.

4.3. Principios de la Organización.

4.4. Proceso de Organización.

4.4.1. División del trabajo

4.4.2. Jerarquización

4.4.3. Tipos de autoridad

4.4.4. Departamentalización

4.4.5. Descripción de actividades

4.5. Estructuras de departamentos o áreas.

4.5.1. Funcional, por producto, geográfica o por territorio, clientes, por Procesos o equipos, por secuencias.4.6. Sistema y modelos de estructuras organizacionales.

4.6.1. Lineal, lineo-funcional, staff, comités, multidivisional, holding, Matricial y trasnacionales y globales.

PRÁCTICA 13.

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: Diseño de estructuras de organización

OBJETIVO:

- Diseñar en forma individual y grupal las diferentes estructuras organizacionales de acuerdo a las necesidades de cada empresa.

INTRODUCCIÓN.

Una vez que se han definido los objetivos, las metas, estrategias, entre otros elementos básicos de la planeación, es necesario determinar a qué personas o áreas les corresponde cumplir con ellos; definir las líneas de autoridad, responsabilidad y coordinación, y delimitar las relaciones de comunicación.

La organización es de carácter continuo, jamás se puede decir que ha terminado, dado que la empresa y sus recursos están sujetos a cambios constantes, por ejemplo, expansión, contracción, nuevos productos, etc.; reduce o elimina la duplicidad de esfuerzos, al delimitar funciones y responsabilidades; evita la lentitud e ineficiencia en las actividades, reduciendo los costos e incrementando la productividad, y suministra los métodos para que se puedan desempeñar las actividades eficientemente con un mínimo de esfuerzo.

La organización permite poner en orden los esfuerzos y definir la estructura adecuada, así como la posición relativa de las actividades que habrán de desarrollarse. Puede definirse como: Arreglo de funciones que se estiman necesarias para alcanzar el objetivo; es una indicación de autoridad y la responsabilidad asignada a las personas que tienen a su cargo la ejecución de las funciones respectivas.

Es simplificar el trabajo y coordinar y optimizar funciones y recursos. En otras palabras: lograr que el funcionamiento de las empresas resulte sencillo y que los procesos sean fluidos para quienes trabajan en ella, así como para la atención y satisfacción de los clientes.

En esta etapa se definen las áreas funcionales, las estructuras, los procesos, sistemas y jerarquías para lograr los objetivos de la empresa así como los sistemas y procedimientos para efectuar el trabajo.

La organización implica múltiples ventajas que fundamentan la importancia de desempeñar las actividades eficientemente, con un mínimo de esfuerzo.

- ❖ Reduce los costos e incrementa la productividad.
- ❖ Reduce o elimina la duplicidad.
- ❖ Establece la arquitectura de la empresa.
- ❖ Simplifica el trabajo.

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector
- Manual de Prácticas de F.A.

METODOLOGÍA.

- Por equipos de trabajo, de cuatro integrantes, analizarán la práctica 12, donde se realiza la estructuración administrativa y organizacional de una empresa local.

- Realizaran la lectura del tema: Diseños organizacionales contemporáneos, en Robbins Coulter (2014, pp.357-369).
- Proponer una estructura o modelo organizacional de acuerdo a las necesidades de la empresa.

Pregunta de análisis en aula: (trabajo individual, equipo y plenaria).

- ¿Por qué las organizaciones actuales utilizan estructuras basadas en equipos interfuncionales?

*Los equipos interfuncionales constituyen un elemento vital de la estrategia de colaboración interna de procter & Gamble. Estos equipos incluyen personal de de distintas áreas funcionales, como investigación y desarrollo, marketing, ingeniería, logística y administración de suministros, entre otras, y permiten que la empresa organice y utilice eficiente y eficazmente sus recursos en una escala global. P&G usa equipos para crear planes y estrategias corporativas, acelerar el desarrollo de productos, conducir al mercado los nuevos productos y servicios, y generar soluciones para complejos problemas de negocios.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Investigación bibliográfica de los temas como se indica en la metodología a seguir.
- El docente deberá retroalimentar y evaluar la propuesta de los estudiantes.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Presentación de trabajo: **Diseño de estructura organizacional.**

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO:

Después de estudiar y analizar los diseños organizacionales contemporáneos, a través de un cuadro sinóptico, los estudiantes concluirán cómo los utilizan las organizaciones para adaptarse a las demandas del entorno actual. También analizarán, como está enfrentando el mundo empresarial los retos de hoy a través de esfuerzos de trabajo colaborativo, acuerdos de trabajo flexible y mano de obra de contingencia.

Independientemente de cuál sea el modelo elegido por sus organizaciones, el diseño estructural debe contribuir a que los empleados hagan su trabajo lo mejor que puedan, es decir, más eficiente y eficazmente. Es preciso que la estructura respalde y facilite la ejecución del trabajo requerido por la organización.

Bibliografía preliminar

1. Griffin Ricky, ADMINISTRACIÓN. Ed. Cengage. Edición 2011.
2. Hernández y Rodríguez, Sergio. Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias. Ed. McGraw Hill 2011.
3. Munch Lourdes, ADMINISTRACION: Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.
4. Robbins Coulter, ADMINISTRACIÓN. Ed. Pearson. Edición 2014.
Sitios WEB.

4.1. Concepto e importancia de la organización como función administrativa.

Isaac Guzmán V, nos dice que la organización es la coordinación de las actividades de todos los individuos que integran una empresa con el propósito de obtener el máximo aprovechamiento posible de los elementos materiales, técnicos y humanos, en la realización de los fines que la propia empresa persigue.

Elementos de concepto

Analizando las definiciones se obtienen los elementos básicos del concepto,

1. *Estructura*. Marco fundamental en el que habrá de operar el grupo social.

2. *Sistematización*. Todas las actividades y recursos de la empresa deben coordinarse racionalmente con el fin de facilitar el trabajo y la eficiencia.

3. *Agrupación y asignación de actividades y responsabilidades*. Clarificar y determinar las funciones con el objeto de fomentar la especialización.

4. *Jerarquía*. En toda empresa se origina la necesidad de establecer niveles de autoridad y responsabilidad claramente definidos, desde el nivel de altos ejecutivos, hasta el más bajo.

5. *Simplificación de funciones*. Uno de los objetivos básicos de la organización es establecer los métodos más sencillos para realizar el trabajo de la mejor manera.

Con los elementos anteriores estamos en posición de definir la organización como:

La estructura y asociación por la cual un grupo cooperativo de seres humanos asigna las tareas entre sus miembros, identifica las relaciones e integra actividades hacia objetivos comunes.

La organización implica múltiples ventajas que fundamentan la importancia de desempeñar las actividades eficientemente, con un mínimo de esfuerzo.

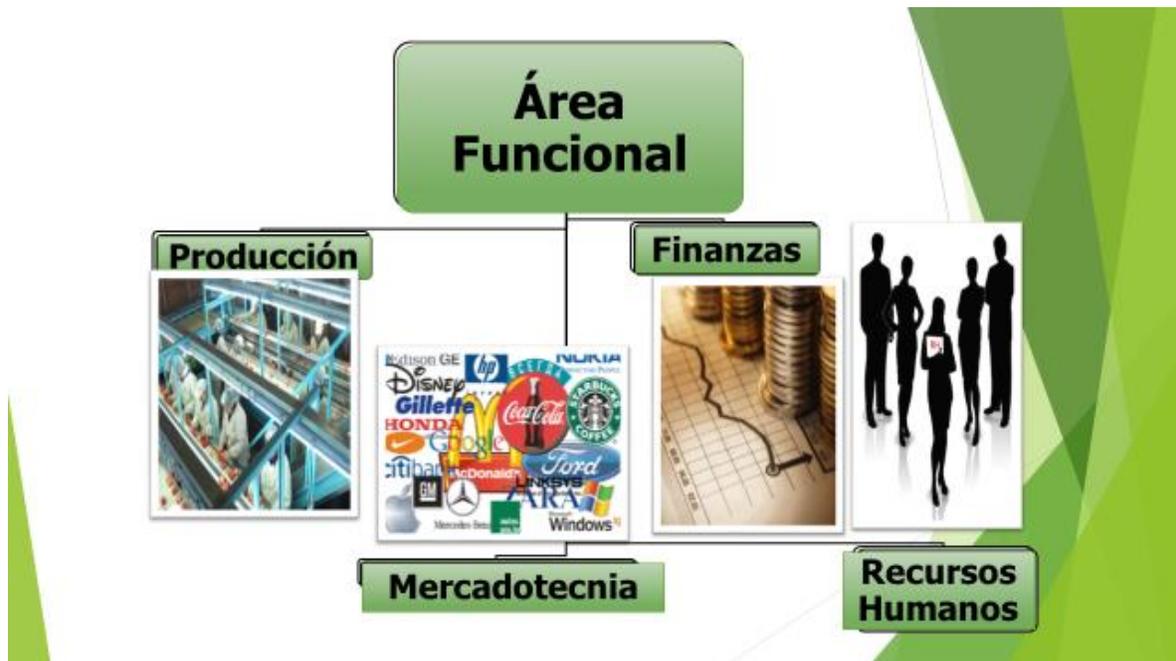
- ❖ Reduce los costos e incrementa la productividad.
- ❖ Reduce o elimina la duplicidad.
- ❖ Establece la arquitectura de la empresa.
- ❖ Simplifica el trabajo.

Las principales etapas del proceso organizacional:

- ❖ Departamentalización conforme bases y necesidades empresariales
- ❖ Estructura jerárquica
- ❖ Definición de autoridad formal estructural y sus tipos
- ❖ Coordinación

Departamentalización:

- ❖ Es cuando se definen las grandes áreas de la estructura conforme a las funciones y los puestos que desempeñara cada persona.
- ❖ Agrupar actividades relacionadas con cada área de trabajo
- ❖ División de funciones según las actividades de cada empresa
- ❖ Se permite la especialización de los responsables



Coordinación:

- ❖ La importancia de la coordinación puede ejemplificarse de una manera sencilla con la organización de un equipo de remo.

- ❖ Asignarles una posición.
- ❖ Trabajar en sincronía, armonía, comunicación y coordinación entre los integrantes durante la competencia.
- ❖ La eficacia de cualquier sistema organizacional estará en relación directa con la coordinación.
- ❖ La coordinación es el proceso de sincronizar y armonizar las actividades para realizarlas con la oportunidad y calidad requeridas.

UNIDAD V. En el siguiente tema se abordarán las técnicas de organización.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
14	Técnicas de organización que aplican las empresas.	Analizar las técnicas de organización que aplican las empresas y diseñarle un organigrama, un análisis y descripción de puestos.	Unidad 5. Técnicas y herramientas de organización. 5.1. Concepto e importancia de los organigramas 5.2. Clasificación 5.3. Análisis de puestos. 5.4. Manuales de puestos 5.5. Diagramas de procesos

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica, las técnicas y herramientas de la organización, así como su uso para la aplicación en la elaboración de estructuras organizacionales de acuerdo a las necesidades de cada empresa.

Subtemas.

Unidad 5. Técnicas y herramientas de organización.

5.1. Concepto e importancia de los organigramas

5.2. Clasificación

5.3. Análisis de puestos.

5.4. Manuales de puestos

5.5. Diagramas de procesos

5.6. Realización de la segunda etapa del proyecto “estructuración administrativa y organizacional” en donde aplique y desarrolle la etapa de organización en una empresa de la localidad.

PRÁCTICA 14.

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: Técnicas de organización que aplican las empresas.

OBJETIVO:

- Analizar las técnicas de organización que aplican las empresas y diseñarle un organigrama, un análisis y descripción de puestos

INTRODUCCIÓN.

El proyecto será realizado por equipos de trabajo formados en el salón de clases por el docente, siguiendo la metodología y sugerencias didácticas.

Son herramientas necesarias que nos ayudan a formar una organización formal. Estas técnicas deben aplicarse de acuerdo con las necesidades de cada organización.

A continuación se describen las principales técnicas que veremos en el salón de clases y que los estudiantes le diseñaran una de las técnicas a una empresa local.

- Organigramas
- Análisis de puestos
- Manuales de organización
- Diagramas de procesos

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector
- Manual de Prácticas de F.A.

METODOLOGÍA.

- Por equipos de trabajo, de cuatro integrantes, analizaran las técnicas de organización vistas en clase y le diseñaran a la empresa dichas técnicas, o bien, actualizarlas, en caso de tenerlas. Anexo 4. Y anexo 5.

Pregunta de análisis en aula: (trabajo individual, equipo y plenaria).

- Explica las ventajas de contar con las técnicas de organización en la empresa.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Investigación bibliográfica de los temas como se indica en la metodología a seguir.
- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de Ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes, así mismo el facilitador deberá retroalimentar sobre la participación y evaluar al alumno.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Presentación de trabajo: **Técnicas de organización que aplican las empresas.**

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO:

Después de identificar las técnicas y herramientas de la organización, así como su uso, se diseñará o actualizará las técnicas de organización para una empresa local, como es un organigrama, un diagrama de flujo, análisis de puestos y un manual de administrativo.

Anexo 4 y 5. Técnicas de organización.

Bibliografía preliminar

1. Griffin Ricky, ADMINISTRACIÓN. Ed. Cengage. Edición 2011.
2. Hernández y Rodríguez, Sergio. Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias. Ed. McGraw Hill 2011.
3. Munch Lourdes, ADMINISTRACION: Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.

Sitios WEB.

UNIDAD V. En el siguiente tema se abordará la estructuración administrativa y organizacional de una empresa local.

Núm.	Nombre de la Práctica	Objetivo Especifico	Temas con los que se relacionan
15	Estructuración administrativa y organizacional de una empresa local. (Segunda parte).	Elaborar y presentar por equipos de trabajo un proyecto que incluya las dos primeras partes del proceso administrativo. (planeación y organización):	Unidad 5. Técnicas y herramientas de organización. 5.6. Realización de la segunda etapa del proyecto “estructuración administrativa y organizacional” en donde aplique y desarrolle la etapa de organización en una empresa de la localidad.

La Competencia específica a desarrollar es:

- Identifica las técnicas y herramientas de la organización, así como su uso, para su aplicación en la elaboración de estructuras organizacionales de acuerdo a las necesidades de cada empresa.

Subtemas.

Unidad 5. Técnicas y herramientas de organización.

5.1. Concepto e importancia de los organigramas

5.2. Clasificación

5.3. Análisis de puestos.

5.4. Manuales de puestos

5.5. Diagramas de procesos

5.6. Realización de la segunda etapa del proyecto “estructuración administrativa y organizacional” en donde aplique y desarrolle la etapa de organización en una empresa de la localidad.

PRÁCTICA 15

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: Estructuración administrativa y organizacional de una empresa local. (segunda parte).

OBJETIVO:

- Elaborar y presentar por equipos de trabajo un proyecto que incluya las dos primeras partes del proceso administrativo.

INTRODUCCIÓN.

El proyecto será realizado por equipos de trabajo formados en el salón de clases por el docente, siguiendo la metodología y sugerencias didácticas.

El objetivo del proyecto que planteé el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de las competencias de la asignatura, considerando las fases:

- Fundamentación
- Planeación
- Ejecución
- Evaluación

Estructura Administrativa; concepto y Definición

La estructura administrativa es el "**sistema de relaciones formales que se establecen en el interior de una organización/empresa para que ésta alcance sus objetivos de conservación, productivos y económicos**", lo señala Idalberto Chiavenato, 2000.

Una organización es un grupo humano deliberadamente constituido en torno a tareas comunes y en función de la obtención de metas específicas. Para poder alcanzar los propósitos propuestos, partiendo, en la casi totalidad de los casos, de recursos limitados, resulta necesaria la construcción de un esquema o modelo, que permita la interrelación e interacción de sus elementos. La estructura será entonces, la herramienta que le permita a la organización alcanzar sus objetivos.

Permite lograr una determinada disposición de sus recursos, facilita la realización de las actividades y coordinación de su funcionamiento. De esta manera, puede realizarse el esfuerzo coordinado que lleve a la obtención de objetivos, definiendo las relaciones y aspectos más o menos estables de la organización.

La estructura organizacional puede definirse como el conjunto de medios que maneja la organización con el objeto de dividir el trabajo en diferentes tareas y lograr la coordinación efectiva de las mismas.

En la estructura, las partes están integradas, es decir que se relacionan de tal forma que un cambio en uno de los elementos componentes afecta y genera cambios en los demás, en las relaciones entre los mismos y en la conducta de toda la organización.

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO.

- Computadora
- Servicio de Internet
- Bibliografía sugerida.
- Proyector
- Manual de Prácticas de F.A.

METODOLOGÍA.

- Por equipos de trabajo, de cuatro integrantes, analizaran la práctica 8, 13 y 14, donde se analizan los elementos del plan estratégico, primera parte.
- Aplicarán y desarrollarán la etapa de la organización en una empresa de la localidad.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- Utilizar el manual de prácticas de Función administrativa, de las prácticas anteriores para desarrollar el proyecto.
- Estructurar el proyecto de acuerdo a la guía que se presenta en la práctica 12.

Reporte del alumno. (RESULTADOS).

Presentación de trabajo: **Estructuración administrativa y organizacional de una empresa local. (Segunda parte).**

Datos de la portada: Nombre del Instituto, Nombre del alumno, Carrera, Materia y horario, Nombre del maestro y fecha de entrega del trabajo.

REPORTE ESCRITO:

Después de analizar las prácticas anteriores, se estructurará el proyecto de acuerdo a la metodología señalada y sugerencias didácticas.

Anexo 3. Se presenta el proyecto Estructuración administrativa y organizacional de una empresa local pequeña, desarrollado por los estudiantes de licenciatura en Administración.

Bibliografía preliminar

1. Griffin Ricky, ADMINISTRACIÓN. Ed. Cengage. Edición 2011.
2. Hernández y Rodríguez, Sergio. Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias. Ed. McGraw Hill 2011.
3. Munch Lourdes, ADMINISTRACION: Gestión organizacional, enfoques y proceso Administrativo. Ed. Prentice Hall/Pearson, Edición 2010.
Sitios WEB.

FUENTES DE INFORMACIÓN.

1. CHIAVENATO, Idalberto. (2006). **Introducción a la Teoría General de la Administración.**(edición breve). 3ª ed. Mc Graw Hill: México.
2. CHIAVENATO, Idalberto. (2005).). **Introducción a la Teoría General de la Administración.** 7ª ed. Mc Graw Hill. México.
3. CHIAVENATO, Idalberto. **Administración. Proceso Administrativo.** 3ª ed. Mc Graw Hill. México. 2000.
4. CHIAVENATO, Idalberto. (2002). **Administración en los Nuevos Tiempos.** Mc Graw Hill. México.
5. DAFT, Richardt (2009). **Introducción a la Administración.** Sexta edición. CENGAGE Learning.
6. Don Hellriegel/Susan E. Jackson. **Administración.** 10ma. Ed. Thompson. 2005.
7. Griffin, Ricky, **Administración.** Decima ed. CENGAGE Learning.
8. KOONTZ, Harold et.al. (2008).**Administración, una perspectiva global y empresarial.** 13ª ed. Mc Graw Hill. México.
9. HERNÁNDEZ y Rodríguez, Sergio. (2008). **Administración, teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad.** 2ª ed. Mc Graw Hill. México.
10. HERNÁNDEZ y Rodríguez, Sergio. (2006). **Introducción a la administración.** 4ª ed. Mc Graw Hill. México.
11. MÜNCH GALINDO, Lourdes.(2010) **Administración.** 1ª. ed. México: Pearson.
12. FRANKLIN Fincowsky, Enrique Benjamín. (2009). **Organización de empresas.** 3ª ed. Mc Graw Hill. México.
13. Robbins/Coulter. **Administración.** Décima ed. Pearson Prentice Hall.2017.
14. Joaquin Rodríguez Valencia. **Cómo elaborar y usar los manuales administrativos.** 3ra. Ed. Thompson Learning. México 2002.

SITIOS WEB.

ANEXOS

INSTITUTO TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE HERMOSILLO

Anexo 1.

Caso aplicable: Fundiciones Sánchez. (Hernández y Rodríguez, 2008).

Fundiciones Sánchez es una pequeña empresa que se desarrolló en Tulancingo, Hgo., hace 40 años. Don Ramiro Sánchez, la fundó para producir estufas y calentadores tipo artesanal. No obstante, su producción era empírica, sin ninguna base técnica ni científica. Utilizaba maquinaria usada y depreciada que él mismo reparaba, y de la que don Ramiro decía: “estos fierritos viejos siguen dando ‘pa comer”.

Don Ramiro se hizo experto en soldadura y troquelados en una fábrica que proveía a la mina de Real del Monte, y, durante una crisis de producción de la mina, fue despedido de la fábrica. Ahí le enseñaron a estimar costos en forma elemental para producir las piezas solicitadas por la mina. Su sistema consistía en “doblar” el costo del material para cotizar al cliente; con esos “costos estimados” debería pagar la mano de obra de dos ayudantes y otros materiales, como soldadura, gas, luz, agua, etc. Su esposa le ayudaba a “llevar las cuentas”. El taller, como él le llama, se construyó anexo a su vivienda y, por lo tanto, no pagaba renta; por lo tanto, don Ramiro observaba que con el remanente podía vivir. Por la falta de preparación administrativa, omitía considerar un sueldo para él, una renta y una compensación para su esposa. Obviamente, muchos trámites legales no habían sido realizados correctamente, por lo que continuamente era requerido por diversas autoridades.

Pese a lo anterior, don Ramiro y su esposa hicieron crecer el negocio, por lo que fueron adquiriendo más maquinaria usada, se animaron a comprar un terreno para construir instalaciones adecuadas y contrataron más mano de obra. Durante algunos años consiguieron clientes que solicitaban les fabricaran estufas y calentadores con diseños antiguos, que comercializaban sus clientes en la ciudad de México. Incluso algunos de sus productos se exportaron, lo que provocó que los clientes solicitaran facturación, y los pagos los hacían con cheques para abono en

cuenta del beneficiario, obligando a don Ramiro a tener una cuenta bancaria. Obviamente, tuvieron necesidad de contratar servicios contables externos.

Más adelante, un cliente solicitó que le fabricaran doscientas estufas artesanales al mes, para exportación, conforme a un diseño y especificaciones de seguridad internacionales para evitar fugas de gas, entre otras cosas, lo que implicaba comprar equipo de alta precisión y nuevo; además, requerían capacitar al personal. El cliente le comentó a don Ramiro que este negocio crecería, ya que era un pedido inicial para probar un mercado muy grande, y le condicionó a responder en 30 días, pues de lo contrario el cliente buscaría otro taller. Además, le advirtió que requería un programa de producción preciso para las entregas y que los precios no estuvieran sujetos a cambios, por lo que debería estimar mejor sus costos de producción, administrativos y su utilidad.

Esta oportunidad generó mucho temor a don Ramiro y a su esposa, porque no sabían cómo organizarse]; además, implicaba arriesgar sus ahorros. Durante algún tiempo discutieron el proyecto en familia. En esa época, sus hijos ya estaban estudiando: Roberto, en el Tecnológico, la carrera de Ingeniería Industrial, y su hija Guadalupe Contaduría Pública en la universidad. Ambos ya habían aprobado sus materias de administración y animaron a sus padres para aceptar el pedido y organizarse como empresa, ya que, según Guadalupe, ello traería beneficios tales como créditos bancarios, transformar la imagen de taller casero a la de una pequeña empresa, etcétera.

Además, don Ramiro le preguntó al contador independiente que le auxiliaba en los trámites su punto de vista al respecto, quien comentó que era muy buena oportunidad, pero que necesitaba organizarse, administrar mejor la producción, compras, al personal, el almacén; sin embargo, le recomendó el contador que no pusiera todos los huevos en la misma canasta y que buscara nuevos clientes por el riesgo que implica depender de un solo comprador. Por último, el contador le recomendó que contratara un auxiliar contable-administrativo para controlar los costos de producción.

PREGUNTAS

1. Según tu opinión, ¿don Ramiro y su esposa deben y pueden aplicar las técnicas administrativas, de ingeniería industrial y contables con la ayuda de sus hijos, para hacer crecer su negocio?
2. ¿El desarrollo del país exige que los pequeños productores acepten el reto de crecer ante oportunidades como la anterior?
3. ¿A qué se debe que miles de pequeños emprendedores no acepten los retos?
4. ¿Es irresponsable aconsejarle a los pequeños empresarios que se administren mejor para crecer?
5. ¿Qué profesionalista está más preparado administrativamente para ayudar en el crecimiento de talleres o pequeños negocios como el de don Ramiro?
6. ¿Consideras cierta la expresión que dice "todas las empresas en su origen fueron pequeñas"?

INSTITUTO TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE HERMOSILLO

Anexo 2.

Caso impreso aplicable: Troquelados Ramírez

Troquelados Ramírez es una pequeña empresa que se desarrolló en Pachuca, Hgo. Don Rutilo Ramírez la fundó hace algunas décadas para producir soportes troquelados para la fabricación de calentadores de agua. Con el tiempo diversificó su producción y llegó a manufacturar piezas de carrocerías de autotransportes. No obstante, su producción era de tipo "artesanal". Obtenía sus contratos de fabricación debido a sus bajos costos de mano de obra, y basaba sus cotizaciones en sus estimaciones de los costos de materia prima, así como en el tiempo que tardaría la manufactura de los pedidos de sus clientes, que era muy variable, pues cada operario trabajaba de acuerdo a su propia experiencia y método, por lo general desarrollado con el paso del tiempo y de acuerdo con lo que aprendía en otros talleres. El orden de ascensos en la empresa del señor Ramírez era de aprendiz a oficial, y de ahí a maestro, sin contar con métodos de evaluación del desempeño en los cuales basar tales promociones. El factor determinante era el tiempo de servicio o la separación de algún compañero que ocupase la posición superior.

A pesar de su rudimentario sistema administrativo, la empresa había logrado crecer y contaba ya con cinco maestros, diez oficiales en diferentes especialidades, un velador, dos almacenistas y 30 operarios (aprendices). En resumen, el personal de la empresa se elevaba a 55 trabajadores, entre personal administrativo y obreros, sin contar al señor Ramírez, quien estimaba el valor de su empresa en 70 millones de pesos.

Por otra parte, las utilidades y las ventas de la empresa mostraban una tendencia descendente, y ya enfrentaba problemas de liquidez en forma cada vez más frecuente. Asimismo, había dificultades por las constantes devoluciones que hacían varios de los principales clientes; la causa era, según lo manifestaban, que no había uniformidad en las piezas, es decir, no eran iguales, por lo que pedían mayor

exactitud. Esto ocasionaba incluso pérdidas de algunos pedidos de grandes volúmenes.

Una empresa fabricante de televisores, bajo licencia de una empresa japonesa, le ofreció al señor Rutilo un buen contrato para la fabricación de bases para los aparatos, pero le pedían como condición que les mostrara los planos del *lay out* de la planta, el tiempo promedio de producción unitaria, las especificaciones de calidad en términos de estándares y sus sistemas de control de calidad. Además, debía asegurar la calidad, por lo que enviarían a los representantes de un despacho consultor para que evaluara si la empresa estaba capacitada para cumplir satisfactoriamente el contrato. Otra opción ofrecida por la fábrica de televisores consistía en que don Rutilo aportara 50% de las acciones para constituir una nueva empresa, y su cliente, la fabricante de televisores, se asociaría aportando el resto. En ambos casos, Troquelados Ramírez debía adquirir maquinaria nueva.

El hijo del señor Ramírez había estudiado ingeniería industrial y trabajaba en otra empresa de diferente ramo, pero con altos estándares de calidad. Al enterarse del negocio propuesto a su papá, le dijo: “¡Anímate, papá; es una buena oportunidad! Vendemos el rancho y hasta podemos pedir un préstamo a la Nacional Financiera!”

PREGUNTAS.

1. ¿Tendrían aplicación las técnicas que a fines del siglo XIX había desarrollado Taylor?
2. ¿Por dónde empezaría?
3. ¿Quiénes intervendrían en la planeación de la producción?
4. ¿Contrataría nuevos operarios?
5. ¿Formaría otra empresa para evitar vicios arraigados en el personal, o no se arriesgaría?

Anexo 3. Técnicas de organización: ejemplo de Análisis de puestos, de la empresa:
Grössman Beyond Marketing

NIVEL EDUCATIVO	GRADO ACADEMICO
Superior requerido. Postgrado requerido.	Título universitario en alguna de las áreas, Maestría.
PROFESIÓN/OCUPACIÓN	
Diseñador Gráfico o Mercadotecnia (Titulado)	
EXPERIENCIA LABORAL	
Experiencia probada en el área de 5 años.	
HABILIDADES ESPECIALES	
Eficiencia y eficacia en el manejo de equipo de cómputo y software de diseño gráfico; para mantenimiento de software especializado en diseño gráfico.	
CONOCIMIENTOS ESPECIALES	
Conocimientos básicos en diseño gráfico y operación de equipo de cómputo y material complementario.	
APTITUDES	
Iniciativa Responsabilidad Cooperación Institucionalidad Efectividad Creatividad Discrecionalidad	
CONDICIONES DE TRABAJO (EXTERIOR, EN OFICINA, EXTREMAS, DE RIESGO)	
El cargo se ubica en un sitio cerrado, generalmente agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes, exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y caminando esporádicamente y requiere un grado de precisión manual bajo y un grado de precisión visual alto.	
D. PRINCIPALES FUNCIONES	
<p>1.- Colaborar en el diseño gráfico para la difusión, presentación e identificación de los eventos institucionales, a través de los equipos e instrumentos aplicables disponibles en su área de adscripción.</p> <p>2.- Participar en la elaboración de carteles, gafetes, folletos, portadas, credenciales, personificadores, trípticos e invitaciones, conforme a las solicitudes de las diversas áreas de la Asamblea, para la difusión, identificación y promoción de actividades y eventos institucionales</p> <p>3.- Auxiliar en la producción de originales mecánicos y dummies para la impresión y reproducción de materiales gráficos.</p> <p>4.- Asistir en la preparación de mamparas, escenarios y exposiciones especiales, de acuerdo a la calendarización de los eventos, conforme a las actividades inherentes a su área de adscripción.</p> <p>5.- Verificar el funcionamiento del equipo y existencia de materiales, reportando las necesidades de mantenimiento, reparación y suministro, para conocimiento de su jefe inmediato.</p>	

6.- Realizar el reporte de actividades y trabajos efectuados, para conocimiento de su jefe inmediato.

FIRMAS DE APROBACIÓN

Nombre y firma del Jefe inmediato

Fecha

Nombre del empleado

Fecha

PERFIL DEL PUESTO.

A. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Nombre del puesto: Director de marketing digital.
 Área/División: Dirección de marketing digital
 Supervisa a: Dirección de marketing digital
 Depende jerárquicamente de:
 Depende funcionalmente de: Nadie.
 Hora de Jornada: 9 a.m. a 2:00 p.m. y de 4:00 p.m. a 7:00 p.m.
 Localización: Paseo del Manantial No. 24. Colonia Valle Verde
 Hermosillo.

B. OBEJTIIVO DEL PUESTO

Es el encargado de configurar la presencia online de la empresa y captar clientes en los distintos canales. Te contamos cuáles son las tareas que debe realizar y los conocimientos que necesita para lograr estos objetivos.

C. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

DATOS PERSONALES

EDAD	SEXO	ESTADO CIVIL	DATOS ADICIONALES
30 a 50 años (para Contratación)	Indistinto	Indistinto	

EDUCACIÓN

NIVEL EDUCATIVO	GRADO ACADEMICO
Superior requerido. Postgrado requerido.	Título universitario en alguna de las áreas, Maestría.

PROFESIÓN/OCUPACIÓN

Administrador de empresas, dirección de empresas o Mercadolgo.

EXPERIENCIA LABORAL

Experiencia probada en el área de 5 años.

HABILIDADES ESPECIALES

Manejo de personas, Orden, Relaciones Interpersonales, Argumentación, Manejo de estrés

CONOCIMIENTOS ESPECIALES

Conocimientos específicos en el área de marketing.

APTITUDES

Habilidades de comunicación verbal y escrita.
 La capacidad de trabajar en equipo.

Habilidades de TIC.

La capacidad de analizar e interpretar la información.

Ideas creativas.

Habilidades de presentación.

La capacidad de trabajar bajo presión y de priorizar tareas.

Habilidades numéricas para trabajar con presupuestos y estadísticas.

CONDICIONES DE TRABAJO (EXTERIOR, EN OFICINA, EXTREMAS, DE RIESGO)

El cargo se ubica en un sitio cerrado, generalmente agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes, exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y caminando esporádicamente y requiere un grado de precisión manual bajo y un grado de precisión visual alto.

D. PRINCIPALES FUNCIONES

1.- Diseñar e implementar el Plan de Marketing de la organización.

2.-Definir las [estrategias de marketing](#) para la oferta de productos o servicios.

3.-Planificar, elaborar y gestionar el presupuesto del departamento, bajo unos estándares de eficiencia y optimización de recursos.

4.-Analizar las acciones del departamento y evaluar y controlar los resultados de las mismas.

5.- [Dirigir](#) y liderar el equipo de trabajo.

FIRMAS DE APROBACIÓN

Nombre y firma del Jefe inmediato

Fecha

Nombre del empleado

Fecha

PERFIL DEL PUESTO.			
A. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO			
Nombre del puesto: Community manager Área/División: Dirección general Supervisa a: Depende jerárquicamente de: Nadie. Depende funcionalmente de: Nadie. Hora de Jornada: 9 a.m. a 2:00 p.m. y de 4:00 p.m. a 7:00 p.m. Localización: Paseo del Manantial No. 24. Colonia Valle Verde Hermosillo.			
B. OBEJTIIVO DEL PUESTO			
Trabajar y mejorar la visibilidad de la marca en el mundo digital. Lo que incidirá directamente sobre el índice de visibilidad digital y la reputación online. Incrementar la comunidad con un enfoque de alto valor. Ya no vale con cantidad sino que debemos buscar la calidad. Seguidores que sean activos, compartan, comenten y finalmente compren los productos o servicios de la marca. Generación de tráfico web social cualificado que termine convirtiendo. Establecer el total de visitas derivadas de la gestión de redes sociales a la web corporativa o de landing comercial. Establecer relaciones con clientes, prescriptores e influencers del sector. Servicios de atención al cliente. Muchas veces los canales sociales se convierten en canales de atención al cliente.			
C. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO			
DATOS PERSONALES			
EDAD	SEXO	ESTADO CIVIL	DATOS ADICIONALES
30 a 50 años (para Contratación)	Indistinto	Indistinto	
EDUCACIÓN			
NIVEL EDUCATIVO		GRADO ACADEMICO	
Superior requerido. Postgrado requerido.		Título universitario en alguna de las áreas, Maestría.	
PROFESIÓN/OCUPACIÓN			
Administrador de empresas, Dirección de Negocios o Mercadotecnia.			
EXPERIENCIA LABORAL			
Experiencia probada en el área de 5 años.			
HABILIDADES ESPECIALES			
Manejo de personas, Orden, Relaciones Interpersonales, Argumentación, Manejo de conflictos			
CONOCIMIENTOS ESPECIALES			
Conocimientos específicos en el área de marketing.			
APTITUDES			

- Ser paciente, porque la comunidad son personas y el gestiona una marca. Por tanto recibirá quejas, malos modos, comentarios negativos que debe tratar con serenidad y calma.
 - Metodológico: es fundamental establecer una metodología y aplicarla a rajatabla. Con ello evitaremos errores, seremos más eficientes y eficaces en nuestras acciones.
 - Escucha activa: importantísimo saber escuchar y monitorizar que dicen de la marca o empresa. Un porcentaje elevado del tiempo desarrollado por el community manager debería aplicarlo en esto.
 - Proactivo: no se trata sólo de replicar contenido sino que debe ser un perfil activo, responder y buscar. Estar atento a las tendencias y responder frente a lo imprevisto o ataques de trolls por ejemplo.
 - Profesional: debe ser un perfil profesional formado para ello.
- Ya está bien de creer que el perfil profesional del community manager lo puede hacer cualquiera!!!
- Ordenado: si gestionas más de 10 redes entenderás a que me refiero

CONDICIONES DE TRABAJO (EXTERIOR, EN OFICINA, EXTREMAS, DE RIESGO)

El cargo se ubica en un sitio cerrado, generalmente agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes, exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y caminando esporádicamente y requiere un grado de precisión manual bajo y un grado de precisión visual alto.

D. PRINCIPALES FUNCIONES

Cumplir los objetivos de marketing digital, de social media y de redes sociales.

Monitorizar a la marca. Tiene que saber en cada momento que dicen de la empresa, de los productos y servicios. Si son comentarios positivos, negativos o neutros.

Realización del calendario de publicaciones para cada red social. Esto conlleva establecer previamente las líneas estratégicas de contenido para la marca por cada red social.

No debemos olvidar que la marca debe comunicar contenidos adaptados y personalizados para cada red social. El usuario no busca lo mismo en Twitter que en LinkedIn que en Snapchat.

Generar comunicación digital para establecer relaciones con la comunidad, prescriptores, clientes y usuarios interesados en nuestros contenidos.

Análisis de la actividad de los principales competidores de la marca.

- Que hacen en redes sociales.

- Que contenido publican.

- Nivel de reputación online.

- Cómo es su comunidad: nivel de engagement e implicación...

Identificar a los influencers y líderes de opinión de mi sector para establecer sinergias y relación con ellos.

Monitorización de todos los indicadores y kpis.

Realizar informes de seguimiento mensual.

E. PRINCIPALES RESPONSABILIDADES

1. Crear y gestionar perfiles: Un community manager se encarga de crear y de gestionar perfiles en nombre de la empresa para la que trabaja, procurando además que estos tengan uniformidad y que reflejen verdaderamente el espíritu de la marca.

2. Escuchar el “ruido” social: Un buen community manager escucha el “ruido” generado por la marca en las redes sociales y trata de responder a preguntas como las siguientes: ¿de qué habla la gente?, ¿quiénes son los rivales de la marca en el universo 2.0?, ¿qué interesa a los fans y seguidores de la compañía?, ¿qué contenidos están más predispuestos a compartir con otros usuarios?, ¿conocen realmente la marca?, ¿quiénes son los principales “influencers” con los que la empresa debería desarrollar una relación a largo plazo? Asimismo, el community manager está obligado a investigar sobre las diversas herramientas de automatización disponibles en el mercado y estar al tanto de la actualidad generada por la tecnología, el marketing y la industria de la marca para la que trabaja.

3. Hacer crecer la comunidad: Los community managers deben hacer crecer las comunidades para la que trabajan interactuando todos los días con sus miembros tanto en plataformas online (redes sociales, blogs y foros) como en plataformas offline (eventos, conferencias y encuentros). Al mismo tiempo, deben preocuparse de publicar actualizaciones de estado, posts y tweets en los que la calidad sea siempre la principal señal de identidad del contenido. Su labor es incrementar la cantidad y la calidad de la comunidad de usuarios de la marca en las redes sociales. Mil amigos en Facebook procedentes de la industria equivocada son definitivamente menos valiosos que 20 amigos influyentes con las conexiones adecuadas en esta red social.

4. Distribuir contenido: El community manager promociona el contenido generado por la marca en la Web Social con el objetivo de conectar con el público objetivo de la compañía y hacer que ésta gane nuevos clientes. Para conseguirlo, su principal arma son los diálogos, no los monólogos.

5. Sumarse a la conversación: Esta labor implica responder a preguntas y comentarios online de manera inmediata, poner rostro a la marca en las plataformas sociales y entablar relaciones con los clientes potenciales de la compañía. [El community manager es la voz de la empresa](#) en las redes sociales, pero debe ser capaz también de trasladar al cliente su propia personalidad individual. De lo contrario, su voz sería percibida por el consumidor como impostada y artificial

FIRMAS DE APROBACIÓN

Nombre y firma del Jefe inmediato

Fecha

Nombre del empleado

Fecha

PERFIL DEL PUESTO.

A. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Nombre del puesto: Analista

Área/División: Dirección general

Supervisa a:

Depende jerárquicamente de: Nadie.

Depende funcionalmente de: Nadie.

Hora de Jornada: 9 a.m. a 2:00 p.m. y de 4:00 p.m. a 7:00 p.m.

Localización: Paseo del Manantial No. 24. Colonia Valle Verde
Hermosillo.

B. OBEJTIVO DEL PUESTO

Desarrollar estrategias de Mercadotecnia que lleven a un incremento de la rentabilidad de la empresa, analizar los resultados de las estrategias de mercadotecnia implantadas por la compañía. Realizar estudios de mercado recopilando datos de interés que ayuden a la toma de dediciones en cuanto a la competencia, productos, precios, plaza, todo con la finalidad de alcanzar un aumento en los números de la organización.			
C. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO			
DATOS PERSONALES			
EDAD	SEXO	ESTADO CIVIL	DATOS ADICIONALES
30 a 50 años (para Contratación)	Indistinto	Indistinto	
EDUCACIÓN			
NIVEL EDUCATIVO		GRADO ACADEMICO	
Superior requerido. Postgrado requerido.		Título universitario en alguna de las áreas, Maestría.	
PROFESIÓN/OCUPACIÓN			
Administración de Empresas, Administración, TSU en Mercadeo y Publicidad y Marketing o Ciencias de la Comunicación.			
EXPERIENCIA LABORAL			
Experiencia probada en el área de 5 años.			
HABILIDADES ESPECIALES			
Orientación al cliente Tolerancia al trabajo bajo presión Orientación a Resultados Capacidad de Análisis Iniciativa y Anticipación al cambio			
CONOCIMIENTOS ESPECIALES			
Conocimiento de Excel y Power Point (nivel avanzado)			
APTITUDES			
Saber cómo gestionar una empresa Conocer bien la disciplina Conocimientos de informática y tecnologías de la información Ser creativo Capacidad de resiliencia Dominar dos o más idiomas			
CONDICIONES DE TRABAJO (EXTERIOR, EN OFICINA, EXTREMAS, DE RIESGO)			
Disponibilidad para residir fuera del país en caso de ser necesario o por cuestiones de toma de cursos, talleres, etc. Dedicación laboral a tiempo completo, en jornada extraordinaria de ser necesario.			
D. PRINCIPALES FUNCIONES			
Proponer, evaluar y ejecutar propuestas de auspicios y eventos para la elaboración del Plan de Marketing anual. Exponer estrategias de participación para reforzar la imagen y posicionamiento de BanBif.			

Coordinar con las áreas involucradas la implementación de las Campañas de Comunicación de productos y servicios en toda la Red Comercial, desde la implementación de piezas gráficas en oficinas, mailing, volantes, elección de merchandising.

Supervisar la imagen e identidad corporativa tanto en la Red de Oficinas como en las distintas actividades del banco, internas y externas.

Encargado del Marketing Digital y monitoreo de Redes Sociales

FIRMAS DE APROBACIÓN

Nombre y firma del Jefe inmediato

Fecha

Nombre del empleado

Fecha

PERFIL DEL PUESTO.

A. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Nombre del puesto: Diseñador Web

Área/División: Dirección general

Supervisa a:

Depende jerárquicamente de: Nadie.

Depende funcionalmente de: Nadie.

Hora de Jornada: 9 a.m. a 2:00 p.m. y de 4:00 p.m. a 7:00 p.m.

Localización: Paseo del Manantial No. 24. Colonia Valle Verde
Hermosillo.

B. OBEJTIVO DEL PUESTO

Desarrollar y diseñar la estructura de páginas web, desarrollar páginas siguiendo los lineamientos establecidos por la empresa, con el fin de que la página cumpla con la esencia de la compañía y sirva como conexión entre cliente y empresa, dar mantenimiento a las páginas web, resolver problemas técnicos que se presenten y tener las páginas en constante actualización.

C. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

DATOS PERSONALES

EDAD	SEXO	ESTADO CIVIL	DATOS ADICIONALES
30 a 50 años (para Contratación)	Indistinto	Indistinto	

EDUCACIÓN

NIVEL EDUCATIVO	GRADO ACADEMICO
Superior requerido. Postgrado requerido.	Título universitario en alguna de las áreas, Maestría.

PROFESIÓN/OCUPACIÓN

Lic. En Informática, Ingeniería Industrial o Ingeniería de Sistemas, programación

EXPERIENCIA LABORAL

Experiencia probada en el área de 5 años.
HABILIDADES ESPECIALES
Creativo, manejo de herramientas para el diseño de páginas web, habilidades en la creación de hojas de estilos
CONOCIMIENTOS ESPECIALES
Conocimientos específicos en el área de marketing.
APTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> • Bases de datos como Oracle o MySQL Server • Responsable, puntual. • Proactivo. • Dinámico. • Lectura rápida.
CONDICIONES DE TRABAJO (EXTERIOR, EN OFICINA, EXTREMAS, DE RIESGO)
Funciones Internas: Atención, soporte y resolución de problemas en sistemas por teléfono, correo electrónico y presencial. Capacitación para el funcionamiento. Conocimiento de las estrategias en las diferentes áreas para el aprovechamiento y funcionalidad del instituto.
D. PRINCIPALES FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Crear, editar, diseñar y organizar el contenido multimedia, incluyendo la edición de textos, el diseño gráfico y otros recursos relacionados. • Optimizar la arquitectura de las páginas, portales y sitios. • Liderar la administración dinámica y óptima del estilo, • Calidad y actualización de los sitios. • Investigar y sugerir planes para la implementación de nuevas técnicas web. • Participar en la planificación del crecimiento futuro y estrategias de los sitios web de la USFQ. <ul style="list-style-type: none"> • Combinar su trabajo de desarrollo diario de las páginas web existentes con el desarrollo de nuevos sitios. • Trabajar en proyectos web en coordinación dentro del equipo de la oficina de Comunicación Virtual y Multimedia equipo. <ul style="list-style-type: none"> • Proveer guía y capacitación en desarrollo web a otros miembros de la USFQ. • Coordinar con el Departamento de Sistemas de la USFQ, • Actividades y aspectos relacionados a la programación y manejo web. • Colaborar en el manejo de las redes sociales y otros sistemas de difusión virtual de la USFQ.
E. PRINCIPALES RESPONSABILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo y administración de aplicaciones (web sites, web services, etc.) con bases de datos. 2. Análisis, diseño, programación y desarrollo de soluciones de software (basadas en PHP). 3. Controlar modificaciones y/o mejoras de software desarrollado 4. Planificación, basado en PHP-desarrollo y mantenimiento de misión crítica. 5. Desarrollo de sistemas para interacción con servidores de voz sobre IP. 6. Atención, soporte y resolución de problemas en sistemas por teléfono, correo electrónico y presencial. 7. Armado físico de componentes de PC (servidores). 8. Estudio y aplicación de nuevas tecnologías en nuestros procesos.

FIRMAS DE APROBACIÓN			
_____	_____	_____	_____
Nombre y firma del Jefe inmediato	Fecha	Nombre del empleado	Fecha

Procesos internos de la compañía

DIRECTOR GENERAL

Sera el encargado de organizar una reunión con el cliente para tener una primera toma de contacto, donde se identificarán sus necesidades y preferencias para poder adaptar la propuesta definiendo unas condiciones iniciales de servicio y unos objetivos a conseguir.

Basándose en la información conseguida en dicha reunión,

Se resaltarán las expectativas de éxito de nuestro cliente estudiando los tiempos y recursos de los que se dispondrá para la consecución del proyecto.

Con dicha información se manejará una junta general con los directores de cada departamento donde se delegarán funciones y se tomarán acuerdos.

DIRECCION DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Después de realizar una primera reunión inicial con el cliente, una vez tomados los datos y una vez marcados los objetivos deseados por el cliente, se definirá una línea estratégica donde se dispondrán las acciones a tomar, tiempos estimados, recursos humanos destinados, así como las herramientas que a emplear en cada una de ellas. Logrando con ello la coordinación de las diversas direcciones de la empresa. Pasando por un control de responsabilidades manejado por este departamento.

DIRECCION DE CUENTAS

Dicha propuesta irá acompañada de una valoración presupuestaria, así como de un cálculo de horas/recursos estimados y el calendario de entregas establecido previamente.

Con la estrategia definida, se habrá establecido el conjunto de acciones a llevar a cabo para conseguir los objetivos propuestos en la fase de análisis. Aquí se plasmará el contacto directo con el cliente, mientras se lleve a cabo el proceso de la campaña publicitaria.

DIRECCION DE NUEVOS PROYECTOS

Una vez marcados los objetivos del proyecto, los mensajes clave que se quieren transmitir, los medios/plataforma empleada para ello, recursos necesarios y tiempo disponible, se llegará a la etapa de definición y ejecución de un plan de acción de acuerdo a estos conceptos para tener programado y controlado el flujo de acciones a realizar en cada momento para entregar el proyecto puntualmente.

A través de este plan de acción se definirán las acciones y el calendario de cada etapa del proyecto a aplicar para conseguir los objetivos.

DIRECCION CREATIVO

Tendrá como función desarrollar los procesos creativos, sin perder de vista los objetivos planteados por el cliente, que la información dada tiene que ser más clara, creativa y legible a la vista del receptor, partiendo del diseño como competencia clave de los recursos intangibles de la organización, y siendo el puente entre capacidades de diseño y capacidades de la empresa.

Dirección de arte y diseño

Continuando con la selección a los fotógrafos, diseñadores, ilustradores, estilistas y todos aquellos profesionales que tengan incidencia en la identidad visual y estilística

de un proyecto. Para lograr con ello el objetivo plasmado por la campaña publicitaria.

DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL

Después se pasa al departamento de encarga en el desarrollo de la política comercial de la empresa para aumentar las ventas, los márgenes netos y la cuota de mercado, llevando un control exitoso de las redes sociales.

Anexo 4. Técnica de organización: ejemplo de diagrama de flujo.

