

Índice

	Pagina
Introducción	1
UNIDAD I INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN	
PRÁCTICA No. 1	
Introducción a la Administración	3
PRÁCTICA No. 2	
Características de la Administración	5
PRÁCTICA No. 3	
Escuelas de la administración	8
PRÁCTICA No. 4	
Aplicación del proceso administrativo	
I. Artesanías Mexicanas S. A.	9
II. Lácteos del Norte	10
III. Consultoría especializada en protección anticorrosiva "Protect Lab"	12
PRÁCTICA No. 5	
La Empresa	
I. Clasificación de las empresas	13
PRÁCTICA No. 6	
I. Áreas Funcionales de la Empresa.	17
II. Hotel, Restaurant y Spa Las Flores	18
PRÁCTICA No. 7	
UNIDAD II PLANEACIÓN	
Principios de planeación	
I. Embutidos Arcoíris	20
II. Pantallas para todos	21
PRÁCTICA No. 8	
Misión	
I. Residencial Capricho	23
II. Exportar sabores	25
III. Neve guelato.	26
PRÁCTICA No. 9	
Objetivos	
I. Micro circuitos	29
II. Diseño de objetivos específicos	30
III. Pantallas para Todos	31
PRÁCTICA No. 10	
Estrategias	
I. Más Cine	34
II. Zapatos kembly	35

PRÁCTICA No. 11	
Políticas y Reglas	
I. Taxis para todos	37
PRÁCTICA No. 12	
Programas	
I. Cuestionario	40
II. Exposición de un programa	42
PRÁCTICA No. 13	
Procedimientos	
I. Empresa fabricante de confitería	43
II. Procedimiento para Realizar las Inscripciones en una Institución educativa.	46
PRÁCTICA No. 14	
Presupuestos	
I. Colegio Veracruz	51
PRÁCTICA No. 15	
II. ¿Que son los Presupuestos?	
PRACTICA NO. 16	
Grafica de Gantt	
I. Apertura de un Centro Comercial	54
II. Programación de un semestre escolar	55
PRÁCTICA No. 17	
Red PERT	
I. EL Municipio Estrena	56
PRÁCTICA No. 18	
Análisis DOFA	
I. Caso Zara	60
II. Caso Andrea	61
UNIDAD III ORGANIZACIÓN	
PRÁCTICA No. 19	70
I. Deco – Acero Industrial S.A. de C.V.	60
PRÁCTICA No. 20	
Tipos de departamentalización	
I. Rico Amaranto S. A.	71
II. Acer Electrónica S A de C. V.	73
PRÁCTICA No. 21	
Técnicas de organización	
Carta de Distribución de Trabajo	
I. Fabrica de jabones Mariel	71
PRACTICA No. 22	

Análisis de puestos	
I. Análisis de puesto para Du Pont	78
PRÁCTICA No. 23	
Manual	
II. Elaboración de manuales	83
UNIDAD IV INTEGRACIÓN	
PRÁCTICA No. 24	
Reclutamiento	
I. Reclutamiento cuestionario	85
PRÁCTICA No. 25	
Selección de personal	
I. ¿Porque seleccionar?	88
II. Entrevistar a un gerente de recursos humanos de alguna empresa de la localidad	89
III. Cubriendo una vacante	90
PRÁCTICA No. 26	
Inducción	
I. Inducción para todos	92
UNIDAD V DIRECCIÓN	
PRÁCTICA No. 27	
Principios de dirección	
I. Coordinación de Servicios Aéreos	94
PRÁCTICA No. 28	
Motivación	
I. Instituto educativo libertad	97
II. Cuestionario	98
PRÁCTICA No. 29	
Comunicación	
I. Comunicación empresarial en televisión	101
II. Creaciones Mary	99
PRÁCTICA No. 30	102
Liderazgo	
I. Seguridad Strong S.A.	104
PRÁCTICA No. 31	
UNIDAD VI CONTROL	
PRÁCTICA No. 30	
Principios de control	
I. Costushop	107
PRÁCTICA No. 32	
PROCESO DE CONTROL	
I. Refrescos del Norte	110
PRÁCTICA No. 33	
Técnicas de control	
I. ¿Es posible medir las desviaciones?	112

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TOLUCA

**MANUAL DE PRÁCTICAS DE
ADMINISTRACIÓN PARA LA CARRERA
DE QUÍMICA**

M.A. LUCÍA ORDOÑEZ HERNÁNDEZ

17/08/2011

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se buscan nuevos métodos de enseñanza más relacionados con lo que el estudiante encontrará en el ámbito laboral. El presente trabajo es una respuesta a esta necesidad ya que busca romper con los procesos tradicionales, de enseñanza donde la práctica quedaba fuera, con esto se busca que el estudiante se apropie de los conocimientos de manera más activa, y pueda enfrentar problemas más apegados a la realidad en su futuro profesional.

La propuesta pretende, mediante un manual, rescatar la importancia de las prácticas en la formación académica de los futuros egresados del Instituto Tecnológico de la carrera de Ingeniería Química.

El Manual de Prácticas para la Materia de Administración será un apoyo académico para el aprendizaje por competencias ya que se pretende desarrollar las habilidades en el futuro profesionista y qué mejor que con la realización de las prácticas, fomentando la investigación, mediante la solución de problemas, y análisis en grupo para conocer diferentes puntos de vista estimulando el hábito de cuestionar, imaginar y dudar, propiciar el pensamiento metódico y riguroso y la creatividad en el trabajo intelectual así como fomentar el trabajo individual en equipo y grupal al realizar las diferentes prácticas que se relacionan con los contenidos teóricos de dicha asignatura.

El propósito de este manual es que el futuro profesionista tenga un aprendizaje significativo, el cual implica demostrar al estudiante para qué sirven los conocimientos mediante su aplicación de tal forma que encuentre la utilidad práctica en este caso de la administración resolviendo casos prácticos con los conocimientos teóricos aprendidos.

Lo que aquí se presenta corresponde a las prácticas necesarias para reforzar las unidades del Programa de Administración de la carrera de Ingeniería Química, de manera tal que en este documento encontraremos prácticas relacionadas con:

La unidad I “Introducción a la Administración” (clasificación de empresa, escuelas de la Administración; Unidad II Planeación (estrategias políticas presupuesto) unidad III Organización (estructura, división del trabajo, técnicas de organización) Unidad IV Integración (reclutamiento, selección) Unidad V Dirección (Motivación, Toma de decisiones comunicación liderazgo) Unidad VI control (control por áreas funcionales, técnicas de control).

UNIDAD I

INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN

PRÁCTICA No. 1

NOMBRE: **INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN**

OBJETIVO: El estudiante comprenderá el concepto de la administración como un medio y no como un fin así como el objetivo de la administración.

INTRODUCCIÓN:

La administración ha existido desde la época primitiva, con el paso del tiempo surgieron grandes investigadores y diferentes conceptos que manejan elementos en común y coinciden en que la administración es un medio para alcanzar objetivos de manera más eficiente y eficaz.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad I, Introducción a la Administración; 1.1 definiciones y objetivo

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos. De las definiciones que se les entregarán (anexo 1) identificarán los elementos comunes entre cada uno de los conceptos

I. ANÁLISIS DEL CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN

Con el material asignado revisarán en consenso cuáles son los elementos en los que coinciden los diferentes autores y elaborarán un concepto propio por equipo.

REPORTE DEL EQUIPO (RESULTADOS)

- a) Presentarán en rotafolio una definición por equipo misma que explicarán en el grupo para llegar a una conclusión final.

BIBLIOGRAFÍA 2,3,4,5,7

Anexo 1

La administración es la actividad humana encarga de organizar y dirigir el trabajo individual y colectivo efectivo en términos de objetivos predeterminados.

(Hernández y Rodríguez; 2006: 46)

La administración consiste en coordinar las actividades de trabajo de modo que se realicen de una manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas.

(Robinns/Coulter; 2006: 7)

Es el proceso de diseñar y mantener un ambiente donde individuos que trabajan juntos en grupos cumplen metas específicas de manera eficiente.

(Koontz/Weihrich/Cannice; 2008:4)

La administración es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos.

(Terry/Franklin, 2003:22)

Ciencia compuesta por principios, técnicas y prácticas cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que no se pueden obtener individualmente. (Hernández y Rodríguez, 2006: 4)

Es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia de las formas de estructurar y manejar un organismo social (Reyes, 1998:26)

UNIDAD I

PRÁCTICA No. 2

NOMBRE: **CARACTERÍSTICAS DE LA ADMINISTRACIÓN**

OBJETIVO: El alumno Identificará las características de la administración

INTRODUCCIÓN:

La administración cuenta con características plenamente identificadas como son:

- **Universalidad:** existe en cualquier grupo social y es susceptible lo mismo a una empresa industrial que a una iglesia o ejercito, evento deportivo etc.
- **Valor instrumental:** dado que su finalidad es inminentemente práctica mediante ésta se busca obtener resultados.
- **Unidad temporal:** la administración es un proceso dinámico en el que todas sus fases existen simultáneamente.
- **Amplitud del ejercicio:** se aplica a todos los subsistemas de una organización formal.
- **Especificidad** aunque se auxilie de otras ciencias y técnicas, tiene características propias que le proporcionan su carácter específico.
- **Interdisciplinariedad:** es afín con todas a todas aquellas ciencias y técnicas relacionadas con la eficiencia en el trabajo.
- **Flexibilidad:** los principios administrativos se adaptan a las necesidades propias de cada grupo.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad I, Introducción a la Administración; 1.1 Definiciones y objetivo

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE EJERCICIOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco a seis alumnos cada equipo anotará en un rotafolio una característica de la administración con cuatro palabras claves y un dibujo relacionado al tema para exponerlo. El docente presenta una conclusión haciendo participar a todos los equipos

I. CARACTERÍSTICAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Se asignará por equipo un principio para exponer de forma aleatoria el docente guiará la exposición y puntualizará en cada uno de los principios haciendo preguntas de reforzamiento a los alumnos.

REPORTE DEL EQUIPO (RESULTADOS)

- a) Cada equipo presentará en rotafolio las características de la administración y expondrá una por equipo.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD I

PRÁCTICA No. 3

NOMBRE:

ESCUELAS DE LA ADMINISTRACIÓN

OBJETIVO: Entender la teoría y práctica de la administración moderna a través de conocer las diferentes escuelas de la administración.

INTRODUCCION:

Existen diferentes perspectivas de la administración cada una con importantes aportaciones después de la revolución industrial surgió la necesidad de una teoría formal ya que aparecieron las primeras fabricas grandes con retos muy importante para su administración, pero que hasta el siglo XX cuando aparece formalmente la teoría de la administración científica que era precisamente la aplicación del método científico a la administración, otros se concentraron en le estudio de la estructura de la organización, en la comprensión de comportamiento humano, el método sistémico, el

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad I, Introducción a la Administración; 1.3. Escuelas del pensamiento administrativo

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: De ejercicios

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos. Se les pedirá que lleven cinco libros de administración de diferentes autores mismos que podrán compartir para analizar las diferentes escuelas de la administración así como las principales aportaciones de cada una, identificando cuáles tienen aplicación en la actualidad. En hojas de rotafolio presentarán sus resultados,

propiciando el intercambio de impresiones con los otros equipos hasta llegar a una conclusión de grupo.

I. ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN

El docente asigna las exposiciones de cada una de las escuelas de la administración pide que elaboren cuadros comparativos y destaca las aportaciones que se siguen utilizando en la actualidad en las empresas

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Presentará en rotafolio las aportaciones en cuadros comparativos de las escuelas así como una lista de los aspectos que tienen aplicación en la actualidad

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD I

PRÁCTICA No. 4

NOMBRE: **APLICACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO**

OBJETIVO: Diferenciar cada una de las etapas del proceso administrativo

INTRODUCCION El proceso administrativo es dinámico y se da en la empresas de manera constante, es importante diferenciar cada una de ellas dependiendo del autor pueden puede ser dividido en cuatro, cinco o seis etapas lo cierto es que cada un tiene sus características

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad I, Introducción a la Administración; 1.5. Proceso administrativo

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos, se les dará el caso para que discutan, analicen y anoten las actividades que se realizarán en cada una de las etapas del proceso administrativo. El docente supervisará en cada equipo para orientar si tiene dudas

I ARTESANÍAS MEXICANAS S. A.

El ingeniero Roberto Hernández, recién egresado del Instituto Tecnológico de Toluca, desea iniciar su propio negocio y como su familia desde hace muchos años se dedica a la elaboración de artesanías, pretende establecer una empresa

para comercializar dicho producto a nivel nacional en las principales zonas turísticas del país como Chiapas, Yucatán, Veracruz, Baja California norte y Baja California Sur para ello se asociará con su tío Julio Soto Hernández quien dispone de un capital de \$10,000 000 de pesos ya que su intención es establecer una pequeña fábrica y en caso de pedidos grandes comprar a los artesanos de la zona.

Saben que antes de abrir se deben considerar muchos aspectos para alcanzar el éxito es por eso que contrataron un administrador para que los asesore.

Si usted fuera él administrador ¿que aspectos consideraría en cada una de las partes del proceso administrativo?

RESULTADOS

- a) Presentarán un reporte de las actividades a considerar en cada etapa del proceso administrativo considerando la planeación, organización, integración, dirección y control.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

II. LÁCTEOS DEL NORTE

Gabriel y Mariana dos jóvenes empresarios muy entusiastas decidieron abrir una empresa productora de lácteos, él se ha dedicado a las ventas y ella conoce bien la producción de quesos de manera artesanal, ya que es originaria del lugar, (Magozal municipio del estado Veracruz) ellos estudiaron administración y consideraron los siguientes aspectos:

El mercado está creciendo por la apertura de una refinería cerca de la zona, el crecimiento de la población se ha incrementado por la natalidad y por inmigración

al lugar; en su cultura gastronómica el queso, y la crema y se consumen constantemente, investigaron sobre los permisos para la apertura de una empresa,

identificaron el área de terreno que necesitan para la construcción del edificio así como la planeación del personal, que tendrían que contratar, definieron también los procedimientos, políticas, presupuestos, estrategias generales y para cada uno de los departamentos, consideraron la estructura de la empresa que será funcional de tres niveles, establecieron lineamientos para quienes serán sus proveedores así como estándares de calidad, descripción de puestos, un programa de capacitación y como sería la comunicación formal.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Ordenar los aspectos que corresponden a cada etapa del proceso administrativo
- b) Enunciar los aspectos que les faltaron considerar

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

III. “PROTECT- LAB”

El Ing. Felipe, después de trabajar 15 años en una compañía especialista en la fabricación de recubrimientos anticorrosivos, desempeñando actividades de consultoría y especificación de sistemas de recubrimientos, ha decidido iniciar un proyecto para crear una empresa que suministre los siguientes servicios:

1. Venta, calibración y certificación de equipos especializados de medición.
2. Realización de estudios técnicos para la especificación de sistemas de protección.
3. Inspección en obra para el aseguramiento de calidad.
4. Capacitación en corrosión y aplicación de recubrimientos.
5. Consultoría especializada para diagnóstico y establecimiento de mejora continua de procesos implícitos en el mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones y equipos.

¿Cuáles serían las actividades que el Ing. Felipe debe llevar a cabo para que su iniciativa tenga la mayor probabilidad de éxito en las diferentes etapas del proceso administrativo? Favor de enunciarlas y describir cada una de las etapas

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Presentará un reporte de las actividades que corresponden a cada una de las etapas del proceso administrativo por equipo para llegar a una conclusión.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD I

INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN

PRÁCTICA No. 5

NOMBRE: LA EMPRESA

OBJETIVO:

Comprenderá la clasificación de las diferentes empresas

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad I, Introducción a la Administración; 1.3. La Clasificación de las empresas

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: De ejercicios

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos. Se les entregará el ejercicio, se les pedirá que lo realicen en tiempo aproximado de 20 minutos, después cada equipo comentará los resultados obtenidos para llegar a una conclusión de grupo.

I. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

De acuerdo a los diferentes tipos de clasificación de empresas anota en el espacio a cuales corresponde cada empresa:

BANAMEX

ISSSTE

BODEGA AURRERA

CERVECERIA ACUAUHTÉMOC

PEMEX

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO

EMBOTELLADORA DE AGUA BONAFON

COLGATE S. A.

TELMEX S.A.

HOTELES HOLY DAY INN

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TOLUCA

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

a) Presentará en rotafolio cómo se pueden clasificar las empresas mencionadas de acuerdo a las siguientes clasificaciones

- Actividad o giro
- Origen del capital
- Tamaño o magnitud

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD I

INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN

PRÁCTICA No. 6

NOMBRE: ÁREAS BÁSICAS DE LA EMPRESA

OBJETIVO:

Que el alumno identifique las áreas básicas de una empresa así como las actividades que se realizan en cada una de ellas.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad I introducción a la administración, subtema 1.5 Áreas Funcionales de la Empresa

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE EJERCICIO

INTRODUCCIÓN: Hoy en día las empresas tiene diferentes áreas a fin de ser más eficientes y éstas pueden ser muy diversas, puede depender del giro o tamaño de la empresa; para este ejercicio se considerarán solo las áreas básicas de una organización que son Producción, Mercadotecnia, Finanzas y Personal

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos. Analizarán a que área pertenece cada una de las funciones enlistadas en el anexo 2 y en hojas de rotafolio presentarán sus resultados, propiciando el intercambio de impresiones con los otros equipos para llegar a una conclusión de grupo.

I. ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA.

Clasifica cada una de las funciones de acuerdo al área a la que pertenezca.

ANEXO 2

Cuadro No. 1 Funciones a clasificar

Desarrollo de producto	Enfermería
Vigilancia	Capacitación
Contraloría	Logística
Compras	Selección
Inversiones	Almacén Productos Terminados
Nómina	Inducción
Embarques	Compras
Inventarios	Calidad
Publicidad	Ventas
Créditos	Investigación de mercados
Contratación	Relaciones públicas
Elaboración del producto	Presupuestos
Almacén de materia prima	Reclutamiento

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Cada equipo presentará un reporte en donde estén asignadas cada una de las funciones de acuerdo a cada una de las áreas básicas de una organización.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

II. HOTEL, RESTAURANT Y SPA LAS FLORES

Una familia en Cuernavaca compró una casa de campo, con el paso de los años pensaron que funcionaría muy bien como hotel, Restaurant y Spa, considerando que está muy cerca de la ciudad de México y el clima en Cuernavaca es muy agradable, la propiedad es un lugar de un tamaño mediano, tienen ya construido lo siguiente: alberca, restaurant, spa, temascal, terraza, jardines y 20 habitaciones, el salón para fiestas ya está en construcción, piensan ofrecer banquetes para cualquier tipo de evento, hicieron todos los trámites necesarios para iniciar lo más pronto posible, contrataron un administrador para que estableciera las áreas que debería tener en su estructura así como las actividades que tendría cada área.

¿Si usted fuera el administrador que áreas propondría y que funciones en cada área?

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Identificarán las áreas que requiere para un funcionamiento eficaz así como las funciones de cada área. (de acuerdo a las áreas básicas de la empresa estudiadas en esta unidad)

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD II

PLANEACIÓN

PRÁCTICA No. 7

NOMBRE:

PRINCIPIOS DE PLANEACIÓN

OBJETIVO:

Que el alumno Identifique y comprenda los principios que se deben considerar la planeación

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad II. Planeación. Subtema 2.1 Principios y objetivos

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

INTRODUCCIÓN:

Un principio se define como una guía o verdad fundamental ya que se ha demostrado a través de la experiencia que al aplicarlos se obtienen mejores resultados. Estos se han formulado a través de muchos años de experiencia y pruebas en diferentes tipos de organizaciones por lo que es necesario tomar en consideración los principios que se tratan en esta práctica al llevar a cabo la planeación, son los siguientes:

- 1. Principio de objetividad y cuantificación**
- 2. Principio de la factibilidad.**
- 3. Principio de unidad del objetivo**
- 4. Principio de Flexibilidad**
- 5. Principio del cambio de estrategias**

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad II, Planeación. Subtema 1.4. Principios de Planeación

MÉTODO: DE CASOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos. Analizarán los casos que se les presentan y, a partir de los mismos, identificar cada uno de los principios de planeación (ya sea que no se cumplan o que se estén respetando). En hojas de rotafolio presentarán sus resultados, propiciando el intercambio de impresiones con los otros equipos hasta llegar a una conclusión de grupo.

I. EMBUTIDOS ARCOIRIS

Los hermanos Torres iniciaron una empresa de embutidos hace 5 años. Adrian Torres es ingeniero químico y es el gerente general; Rosalinda Torres es licenciada en informática y es la subgerente de la empresa, ambos están convencidos de que la planeación eficaz es necesaria para el éxito de la empresa.

La licenciada Rosalinda trabajó con mucho empeño para implementar un programa de planeación, pero a pesar de sus esfuerzos no lo conseguía. En los departamentos trabajan como si fueran independientes resolviendo los problemas más urgentes.

Cuando decidieron ampliar la fábrica ya que la demanda había crecido, no consideraron diferentes aspectos con datos reales y comenzaron a tener serios problemas de inventario ya que sólo distribuían su producto en el mercado actual, el gerente de mercadotecnia decía que no contaba con clientes en otra zona, además de que los gustos de los consumidores habían cambiado, ellos sólo tenían dos productos: jamón y salchicha de cerdo.

La licenciada Rosalinda propuso considerar nuevas formas de comercialización y capacitación de los vendedores para incursionar en otras zonas, y pidió que se

contratara un administrador para implementar de manera formal el proceso de planeación.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

Si fuesen el consultor:

- a. ¿Cuáles de los principios de planeación que no se están cumpliendo?
- b. ¿Qué medidas sugerirían para que la compañía empezara a planear con efectividad?

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7,12

II. PANTALLAS PARA TODOS

Cine Magic Ixtapaluca huele a nuevo. Es sábado y familias de entre 4 y 5 integrantes hacen fila para la función infantil de estreno. Parcan en la dulcería, compran molletes jugos y palomitas para disfrutar de la película. Todo por un costo no mayor a 60 pesos por persona (entre 25 y 33 pesos por la entrada y 17 pesos por las palomitas).

Los creadores de esta cadena de cines de bajo costo son Roberto Carlos Quintero y José Ignacio Irigoyen emprendedores (y cuñados)que adaptaron su modelo de negocios a un mercado desatendido por las pantallas grandes: la base de la pirámide.

Amantes del séptimo arte, con experiencia en equipamiento de los cines más grandes del país, ubicaron 35 millones de clientes potenciales en 226 comunidades del país, con no más de 200,000 habitantes y de bajos ingresos. “El mexicano va al cine 1.7 veces al año, por lo que nosotros atendemos a esa población que por la lejanía, falta de interés o de recursos no asiste”, señala Quintero.

A 10 años de su fundación, la estrategia de promoción en estas ciudades con perifoneo, bardas y botargas ha dado resultado. Cinemagic tiene 110

colaboradores directos. Y atiende a 750 000 clientes al año con 31 pantallas en cinco complejos en Veracruz, Puebla y Estado de México.

Los emprendedores poblanos invirtieron 5 millones de pesos en el año 2000, para la construcción de un primer complejo en Córdoba, Veracruz, y la implementación de un modelo de negocios diferente: infraestructura de bajo costo, precios accesibles (que en algunos casos tienen boletos hasta de 20 pesos más baratos que su competencia) y alianzas con proveedores locales para el mercado, el detonante para crecer fue la economía de escalas. “Reducimos la inversión y apostamos por una operación altamente productiva”, señala Irigoyen.

El mix de ingresos se compone de exhibición de la película (53%) y venta de golosinas a precios bajos. (47%) con una oferta de alimentos del gusto popular, como tortas, molletes, pasteles, jugos y refrescos de sabores.

Cinemagic obtuvo en 2005 el reconocimiento de empresas socialmente responsable “El cine es para todos y puede transformar la visión de un niño y su entorno”, dicen los socios. Por lo menos incluye dos proveedores de cada localidad en la dulcería y otros servicios, y la participación de autoridades y grupos empresariales para realizar funciones gratuitas y actividades de integración social.

La meta de Cinemagic es abrir 10 complejos con 55 pantallas por año para llegar en 2013 con 235 pantallas y 39 complejos con una inversión de quinientos millones de dólares. Por lo pronto este año inaugurarán cuatro nuevos conjuntos cinematográficos que atenderán a 900 000 clientes, su margen utilidad fue de 34% en 2009, con una facturación de 39 millones de pesos para 2010 será de 36% con ventas superiores a 50 millones. (Hernández; Expansión; 15 de agosto 2010:42).

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

Si fuesen el consultor:

- a) ¿Cuáles de los principios de planeación consideraron para alcanzar el éxito actual?

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD II

PRÁCTICA No. 8

NOMBRE: MISIÓN

OBJETIVO: Lograr que el estudiante sea capaz de diseñar la misión de un negocio.

INTRODUCCIÓN:

“La misión es un enunciado, a través del cual, la empresa justifica en forma breve y clara la razón de su existencia” (Hernández Pérez, 99:49) Cuando una empresa establece su misión debe considerar su propósito, la necesidad que satisface, su mercado así como la forma o métodos para alcanzar esta.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad I, Planeación. Subtema 1.6.2. Proceso de Planeación. Misión

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos cada uno, analizando los casos que se les presentan, y a partir de los mismos identificar o diseñar la misión; en hojas de rotafolio presentarán sus resultados, propiciando el intercambio de impresiones con los otros equipos hasta llegar a una conclusión de grupo.

I. RESIDENCIAL CAPRICHO

Uno de los desarrollos residenciales, turísticos y hoteleros que más han llamado la atención últimamente en México es Playa Mujeres; la razón principal de este atractivo es la seductora combinación entre naturaleza y lujo. Las playas de arena blanca, el mar color turquesa, la ubicación frente a Isla Mujeres y la cercanía

marítima con la reserva ecológica de isla Contoy son sólo el marco de bienvenida a este lugar; sin embargo, lo mejor está adentro, en el interior de este paraíso se encuentra **Capricho**, una comunidad residencial privada de baja densidad ubicada en un terreno de 28 hectáreas. En Capricho se pueden aprovechar todas las ventajas de Playa Mujeres, como la marina – que albergará 170 yates de gran tamaño-, los dos campos de golf Greg Norman Signature y el helipuerto, mientras se disfruta 700 metros lineales frente a la playa y más de 55 hectáreas de naturaleza.

En el corazón de la aventura

Las residencias Capricho serán construidas sobre extensas áreas verdes con vistas panorámicas al campo de golf y al mar Caribe y se adaptarán a la arquitectura natural del terreno para mantener un equilibrio estético. En ellas se aplicarán los más rígidos estándares de construcción y la tecnología más avanzada. HKS Inc. Elaboró el diseño arquitectónico y Looney & Associates se encargo del diseño de interiores, por lo que su concepción integral es inmejorable.

Las construcciones de tres, cuatro y cinco niveles en condominios de dos a cuatro recámaras ofrecerá características únicas: amplias terrazas con mini piscina y solárium, dos elevadores por condominio, sistemas de monitoreo y seguridad 24 horas, servicios de conserje, gimnasio, club de playa privado & spa business center, restaurant temático, biblioteca, albercas comunes amplios jardines, canchas de tenis, salón de usos múltiples y kids club.

Capricho, además será la primera comunidad en contar con un boutique hotel con 16 habitaciones de 150 metros cuadrados para albergar amigos o familiares; en su interior habrá un restaurante de firma bar and grill en la alberca, solárium, salón de eventos y auditorio para 40 personas lo mejor de todas estas maravillas reunidas en un solo lugar tienen una ubicación muy accesible, a sólo 10 minutos al centro de Cancún. Y a 24 kilómetros del aeropuerto internacional. (Expansión, 2008:50)

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a. Con los elementos que se proporcionan en el enunciado anterior, se pide que diseñen la misión para esta empresa que se dedica la construcción de residenciales de lujo

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

II. EXPORTAR SABORES

Por encima de cualquier otra cosa el mexicano Ransés Luevano se considera una persona afortunada. Con apenas 26 años se ha convertido en uno de los mejores restauranteros más exitosos de la ciudad de Berlín.

En un intercambio estudiantil este emprendedor reconoció el gusto de los alemanes por el gusto de la comida mexicana. A pesar de detectar esta oportunidad, volvió a México con la intención de abrir un restaurante, así lo hizo con el apoyo de otros socios.

Este primer negocio funcionó, pero como su idea persistía, Luevano optó por vender su parte y regresar a Alemania. En agosto de 2009, con una inversión inicial de 14000 euros se asoció con el Australiano Julián Boyce para abrir en el céntrico Prenzlauerbrg un restaurante llamado María bonita.

“No esperaba un impacto tan grande e inmediato “Admite Ramsés. “ Por lo general, los establecimientos de alimentos mantienen una curva estándar de crecimiento pero nosotros pronto lo sobrepasamos”, el local es pequeño en la categoría en lo que los Alemanes llaman Imbiss (expedios de comida rápida). Sin embargo el sitio no tardó en acaparar la atención de quienes buscaban una cocina mexicana más auténtica, alejadas del concepto tex-mex que hasta entonces imperaba en Berlín.

“Quise crear un lugar que ofreciera aquellos platillos que no encontraba en ningún lugar desde que llegué aquí”, explica el emprendedor.

Con La gran respuesta de los comensales el dúo decidió destinar sus ganancias a la apertura de otros los locales: María Peligro y Santa María, ambos ubicados en Kreuzberg.

“Por el momento queremos esperar a la total consolidación de estos 3 restaurantes señala Luevano, “pero en un par de años quizá inventemos incursionar en otras ciudades, como Hamburgo, o incluso en otros Países, tal vez Holanda”.

GERMA-MEX

- La decoración de los 3 restaurantes incluye figuras muy mexicanas, como santos católicos y máscaras de luchadores.
- Cada local ofrece un menú distinto que cambia mes con mes.
- La Santa María cuenta con un vistoso trompo de carne al pastor, algo único en Berlín.
- El María peligro tendrá un chef mexicano que pondrá a la carta platillos más sofisticados como tacos de flor de Jamaica.(González, Expansión,2010:18)

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Con los elementos que se proporcionan en el enunciado anterior, se pide que diseñen la misión para esta empresa.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

III. NEVE GUELATO.

Francisco Xavier Briseño iba como acompañante de su padre a una feria de panadería a Italia, cuando encontró el negocio de su vida. En ese viaje conoció una Tecnología para mezclar perfectamente las frutas y el resto de los componentes de un helado y así obtener un producto natural, de alta calidad, sabor original y mejor consistencia que otros y pensó en traer el concepto a México consiguió 500000 pesos entre sus familiares y 6 meses

después en mayo de 1999, abrió en el D.F. la primera sucursal la primera cadena de Heladerías Neve Guelato.

La apuesta le salió bien. Su empresa tiene 25 puntos de venta (23 en el D.F. uno en Puebla y otro en Guadalajara) y participa con un 5 % de un mercado estimado en 1000000 millones de pesos al año (que liderean Unilever y Nestlé).

Cada año, sus ventas crecen 20 %, en promedio, atiende a cerca de un millón de clientes. Hace 6 meses inauguró una nueva planta de 5000 metros cuadrados en la colonia industrial Vallejo, donde produce hasta 200,000 litros de helado al mes.

Hacer las cosas en pequeña escala casi de manera artesanal pero a través de la mejor tecnología, continua siendo su foco. “Cuando hacemos helado de mango seguimos pelando la fruta a mano comenta Briseño, uno de sus planes es introducir en otros puntos de venta, como cines, restaurantes, y cafeterías. Además, reforzará y diversificará su presencia en auto-servicios

Hace 4 meses entró a Superama y hace unas semanas a 50 puntos de venta en Walmart, canales que representan 3 % de sus ventas.

También impulsará sus otras marcas Nieve Mía, pensada para el mercado medio cuyo valor es de 30000 millones de pesos. El plan es pasar de 8 unidades a 500 en siete años, para lograrlo Briseño trabaja en un modelo de franquicia.

A cinco años, la meta es que Neve Guelato llegue a 100 sucursales, a 10 años, la idea es tener 10 % del mercado total de helados en México. “no le tengo miedo a las dos transnacionales, me dan más miedo los emprendedores”, señala Briseño. (Andrea Vega Valerio, Expansión a 15 de agosto, 2010).

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Con los elementos que se proporcionan en el enunciado anterior, se pide que diseñen la misión y visión para esta empresa.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD II

PRÁCTICA No. 9

NOMBRE: OBJETIVOS

OBJETIVO: Que el estudiante sea capaz de diseñar los objetivos para los diferentes niveles y áreas de una empresa.

INTRODUCCIÓN: Los objetivos son resultados específicos a los que se quiere llegar se establecen en función de la misión y de la visión organizacional. Pueden formularse inicialmente en términos amplios y abstractos. Para detallarse en términos operacionales, los objetivos empresariales requieren subdividirse en objetivos departamentales.

En toda organización hay muchos objetivos, pero algunos objetivos comunes a todas las organizaciones incluyen las siguientes categorías:

1. Proporcionar buenos productos y servicios
2. Estar adelante de la competencia (posición en el mercado)
3. Crecer
4. Aumentar las utilidades (aumentando las ventas y/o disminuyendo los costos.
5. Proporcionar bienestar y desarrollo a los empleados
6. Mantener operaciones y estructura organizacional satisfactoria.
7. Responsabilidad social
8. Liderazgo del producto

9. Productividad

10. Rentabilidad

Es importante recordar los requisitos que se deben cubrir al plantear los objetivos y estos son los siguientes.

Deberán ser medibles, cuantificables, verificables y temporales.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad II, Planeación. Subtema 2.1 Principios y Objetivos

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos. Analizarán los casos que se les presentan, y a partir de los mismos, diseñarán los objetivos; en hojas de rotafolio presentarán sus resultados, propiciando el intercambio de impresiones con los otros equipos hasta llegar a una conclusión de grupo.

I. MICRO CIRCUITOS

Los Ingenieros en sistemas Víctor Ramírez y Miguel Duarte, se dedican al diseño de microcircuitos para computadoras, y aun cuando no han establecido un negocio fijo, el incremento de la demanda observada los está animando a hacerlo, han pensado iniciar en el estado de México ya que existe gran cantidad de empresas que pueden ser clientes potenciales, están considerando una inversión de tres millones de pesos y pretenden tener una utilidad anual del 20% sobre la inversión, después crecer ampliando su mercado en las principales ciudades de México como Monterrey y Guadalajara

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

a) Del texto anterior, diseñar el objetivo general.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

II. DISEÑO DE OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Cuadro No. 2

<i>OBJETIVOS NO VERIFICABLES</i>	<i>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</i>
1. Incrementar la participación del mercado	
2. Reducir costos en producción	
3. Obtener utilidades razonables.	
4. Elevar el volumen de producción.	
5. Fabricar pantalones para dama	
6. Incrementar la producción diaria de teléfonos	
7. Incrementar las utilidades.	
8. Aumentar la ventas foráneas	
9. Disminuir el índice de accidentes de trabajo	
10. Incrementar el uso del producto entre los usuarios actuales de la industria.	

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) En la columna del lado derecho transformar los objetivos no verificables de la columna izquierda, a específicos (medibles, cuantificables, verificables y temporales).

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

II. PANTALLAS PARA TODOS

Cine Magic Ixtapaluca huele a nuevo. Es sábado y familias de entre 4 y 5 integrantes hacen fila para la función infantil de estreno. Para en la dulcería, compran molletes jugos y palomitas para disfrutar de la película. Todo por un costo no mayor a 60 pesos por persona (entre 25 y 33 pesos por la entrada y 17 pesos por las palomitas).

Los creadores de esta cadena de cines de bajo costo son Roberto Carlos Quintero y José Ignacio Irigoyen emprendedores (y cuñados)que adaptaron su modelo de negocios a un mercado desatendido por las pantallas grandes: la base de la pirámide.

Amantes del séptimo arte, con experiencia en equipamiento de los cines más grandes del país, ubicaron 35 millones de clientes potenciales en 226 comunidades del país, con no más de 200,000 habitantes y de bajos ingresos. “El mexicano va al cine 1.7 veces al año, por lo que nosotros atendemos a esa población que por la lejanía, falta de interés o de recursos no asiste”, señala Quintero.

A 10 años de su fundación, la estrategia de promoción en estas ciudades con perifoneo, bardas y botargas ha dado resultado. Cinemagic tiene 110 colaboradores directos y atiende a 750 000 clientes al año con 31 pantallas en cinco complejos en Veracruz, Puebla y Estado de México.

Los emprendedores poblanos invirtieron 5 millones de pesos en el año 2000, para la construcción de un primer complejo en Córdoba, Veracruz y la implementación de un modelo de negocios diferente: infraestructura de bajo costo, precios accesibles (que en algunos casos tienen boletos hasta de 20 pesos más baratos que su competencia) y alianzas con proveedores locales para el mercado, el detonante para crecer fue la economía de escalas. “Reducimos la inversión y apostamos por una operación altamente productiva”, señala Irigoyen.

El mix de ingresos se compone de exhibición de la película (53%) y venta de golosinas a precios bajos. (47%) con una oferta de alimentos del gusto popular, como tortas, molletes, pasteles, jugos y refrescos de sabores.

Cinemagic obtuvo en 2005 el reconocimiento de empresa socialmente responsable “El cine es para todos y puede transformar la visión de un niño y su entorno”, dicen los socios. Por lo menos incluye dos proveedores de cada localidad en la dulcería y otros servicios, y la participación de autoridades y grupos empresariales para realizar funciones gratuitas y actividades de integración social.

La meta de Cinemagic es abrir 10 complejos con 55 pantallas por año para llegar en 2013 con 235 pantallas y 39 complejos con una inversión de quinientos millones de dólares. Por lo pronto este año inaugurarán cuatro nuevos conjuntos cinematográficos que atenderán a 900 000 clientes, su margen utiliad fue de 34% en 2009, con una facturación de 39 millones de pesos, para 2010 será de 36% con ventas superiores a 50 millones. (Hernández. Expansión. No? .Agosto 2010).

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Del texto anterior, cada equipo identificará el objetivo General y objetivos específicos.**

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD II

PRÁCTICA No. 10

NOMBRE: ESTRATEGIAS

OBJETIVO: El estudiante será capaz de diseñar estrategias para el logro de los objetivos de la organización.

INTRODUCCIÓN:

Las estrategias son cursos de acción o alternativas para alcanzar los objetivos de manera más eficaz ya que muestran la mejor manera de aprovechar los recursos de la empresa. Las estrategias se plantean para cada objetivo, pero a nivel corporativo se pueden considerar cuatro estrategias básicas, que pueden orientar a la empresa en cuanto que rumbo tomar estas son:

Estrategia Crecimiento.

Estrategia Estabilidad

Estrategia de Renovación (Robbins/Coutler; 2008:187)

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad II, Planeación. Subtema 2.2 Planeación. Estrategias

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos cada uno, analizando los casos que se les presentan, y a partir de los mismos identificarán la

estrategia básica que se está aplicando; en hojas de rotafolio presentarán sus resultados, propiciando el intercambio de impresiones con los otros equipos hasta llegar a una conclusión de grupo.

I. MÁS CINE

Tomas Flores es mexicano, vive en Bruselas y le gusta el cine. Cuando supo que una cadena ofrecía tarjetas de acceso al cine ilimitado al precio de dos entradas al mes, no dudó en adquirir una. Se convirtió en uno de los 20 millones de asistentes anuales a las salas del cine en Bélgica, donde se venden 2.1 boletos per cápita, Flores también se lo contó a una amiga que trabaja en Cinemex

La tercera cadena en México, que tuvo 174.2 millones de espectadores en 2007 (el 17% del mercado nacional y el 52% del D. F.), pero con afluencia per cápita de sólo 1.5 veces. La compañía analizó la idea durante meses, y en diciembre de 2007 lanzó en el D. F. su tarjeta de “Membresía Cinemex”, con tres niveles de precios pero sin acceso a salas platino. Cinepolis tardó dos meses en reaccionar: adoptó el modelo de Francia e Inglaterra y creó un plan de Membresía (con 4 niveles de acceso, incluso para sus salas IMAX y VIP en el DF, Guadalajara y Monterrey) suma a los servicios de su tarjeta club Cinepolis en menos de un mes, Cinepolis colocó 9,000 membresías sólo en Guadalajara y espera que, en un año, la adquieran 500 000 personas; También estima que 50% de los 750 000 Tarjetahabientes de club Cinepolis podrá suscribirse a plan de fidelidad, por su parte, Cinemex asegura que la asistencia de quienes iban una vez por semana ya se triplicó. Las membresías, (coinciden las cadenas) no sólo multiplicarán la asistencia sino el consumo con lo que “Podría acabarse con la estacionalidad y mantener una plataforma de ingresos más constantes” indica Ramón Ramírez director de operaciones de Cinepolis. Los meses de más afluencia son Junio, Julio (20 a 23 millos cada uno) y hay otro repunte en diciembre y enero (16 millones por mes), el resto del año la afluencia va de 10 a 12 millones según datos de Nielsen. Cada cine señala que sólo 14 millones de personas mantienen la taquilla nacional con edades de entre 17 y 35 años. Con estas promociones,

¿Canibalizarán su audiencia cautiva o incrementarán mercado? Los exhibidores responden: no sabemos qué pasará por ahora todo son hipótesis. (Hernández; EXPANSIÓN; 2008:24)

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Qué tipo de estrategia básica está utilizando Cinemex & Cinopolis para lograr el objetivo anterior. Explicar ampliamente mediante un discurso tipo ensayo de al menos dos cuartillas.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

II. ZAPATOS KEMBLY

En 1990 inició sus operaciones en el Estado de México, producían inicialmente sólo zapatos para dama, casual de vestir y sandalia, que distribuían en el centro y sur del país, en el 2000 la economía mejoró sustancialmente por lo que disidieron fabricar zapatos para caballero casual y de vestir, dos años después comenzaron a fabricar tenis para dama, caballero, niños y amplió su mercado geográficamente al norte de la república comenzando en la ciudad de Monterrey y Nuevo Laredo, en 2005 lanzaron una línea de accesorios de piel para dama que incluye cinturones carteras y bolsas; todo marchaba sobre ruedas, sus utilidades se habían incrementado en un 30% pero en el 2008 ante la crisis económica mundial se vieron afectadas las ventas sobre todo en las nuevas líneas, para permanecer en el mercado de manera competitiva, se decidieron por contraer sus líneas de tenis. Así mismo lanzaron más versiones en su línea de zapatos para dama. Están considerando vender su línea de accesorios.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) ¿Qué tipos de estrategias está utilizando la empresa para lograr el objetivo anterior. Explicar ampliamente mediante un discurso tipo ensayo de dos cuartillas mínimo.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD II

PRÁCTICA No. 11

NOMBRE: POLÍTICAS Y REGLAS.

OBJETIVO: El estudiante podrá formular políticas para cualquier área y tipo de organización.

INTRODUCCIÓN

“Las políticas son declaraciones o entendimientos generales que guían o canalizan el pensamiento en la toma de decisiones. Las políticas definen una área dentro de la cual debe tomarse una decisión y asegurarse que ésta será consistente con y contribuirá con un objetivo; las políticas ayudan a solucionar problemas antes de que se vuelvan serios; ayudan a hacer innecesario analizar la misma situación cada vez que se presente y unificar otros planes permitiendo así que los gerentes deleguen autoridad pero con el control sobre lo que sus subordinados hacen”. (Koontz, Cannice y Weihrich; 2008:109).

“Las reglas establecen acciones específicas necesarias las cuales no permiten desviaciones” (Koontz, Cannice y Weihrich; 2008:109).

A diferencia de las políticas que son flexibles ya que tienen un rango para tomar una decisión; las reglas se deben cumplir al pie de la letra.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE.

Unidad II, Planeación. Subtema 1.6.5. Proceso de Planeación. Políticas

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos cada uno, analizando los casos que se les presentan, y a partir de los mismos diseñarán las políticas; en hojas de rotafolio presentarán sus resultados, propiciando el intercambio de impresiones con los otros equipos hasta llegar a una conclusión de grupo

I. Taxis para todos

Una persona con discapacidad motriz permanente no sólo deja de moverse por sí misma. También pierde la posibilidad de trabajar, ir al médico o a participar de reuniones Familiares, con lo que su vida profesional también se deteriora día a día.

Esta situación se vuelve especialmente grave en países como México, donde prácticamente no existen estos servicios profesionales de transporte para personas discapacitadas. Motivado por la experiencia que vivió con su madre. Miguel Ángel encontró un negocio y también una misión.

Hace más de tres años, el emprendedor fundó en la ciudad de México “Servicio TEPD” (transporte especial para personas con discapacidad. La fundación ya tiene 30 unidades operando a través de una red de asociados, “descubrí un proyecto personal de vida soy muy afortunado confiesa con lo que hacemos muchas

personas va poder mejorar su calidad de vida y retomar actividades que tuvieron que abandonar”.

Para ingresar a la red, sólo hay que pagar una inscripción de \$ 5,000 También hace falta una camioneta compacta mono volumen, una tipo Van, cuyos precios oscilan entre \$ 190,000. y \$ 335,000. Para equiparla y adaptarla hay que invertir otros \$ 65,000. Las tarifas de servicios que hay que reservar con 24 hrs. de anticipación son de \$ 150. Por hora en el caso de las camionetas con rampa y es de \$ 250. Para las que cuenten con elevador, nada mal si se piensa que un taxi cobra de \$100 a \$120. La hora en promedio, o que una ambulancia particular no estará disponible por menos de \$600.00 se calcula que en el país hay casi 6, 000,000 de personas con una discapacidad permanente, y que 1.5 millones viven en la capital mexicana. El mercado que servicio TEPD (fundación.ted@gmail.com) tiene por delante es enorme por lo que partir de agosto comienza a operar bajo el modelo de una franquicia social para los interesados; hay una condición fundamental: Que sean personas con un gran espíritu de servicio dice Miguel Ángel (Suárez; Entrepreneur,;2010:8)

REPORTE DEL EQUIPO (RESULTADOS)

- a) Estructurar al menos cinco políticas para la atención a clientes.
- b) Enunciar cinco reglas necesarias que debe cumplir el personal.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7, 12.

UNIDAD II

PRÁCTICA 12

NOMBRE: PROGRAMAS

OBJETIVO: El estudiante conocerá e identificará los elementos de un programa para cualquier tipo de organización.

INTRODUCCIÓN

“Los programas son un complejo de metas, políticas, procedimientos, reglas, asignación de tareas, pasos a seguir, recursos a emplear y otros elementos necesarios para realizar un curso de acción determinado; por lo común cuentan con un presupuesto designado para ello.” (Koontz, Cannice y Weihrich, 2008: 111).

Es muy común encontrar en las organizaciones programas diseñados para cada una de las áreas como por ejemplo el Programa de Capacitación, el Programa de Reducción del Índice de Rotación de Personal, el Programa de Disminución de Accidentes, el Programa de Seguridad e Higiene, así como programas a cinco años para mejorar el estatus de una empresa.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE

Unidad II, Planeación. Subtema 2.4. Programas

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE EJERCICIO

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de 5 alumnos para contestar el cuestionario analizando la información solicitada sobre el tema, se comparan resultados entre los equipos:

I. Cuestionario

¿Qué es un programa?

¿Cuáles son las características de un programa?

¿Qué información se requiere para elaborar un programa?

¿Para elaborar un programa la información se obtiene de?

¿Qué aspectos distinguen a un programa de un procedimiento?

¿Por qué es importante un programa dentro de la planeación?

¿Cuáles serían los pasos para elaborar un programa?

Obtengan la información necesaria y desarrollen un programa para cualquiera de las siguientes actividades:

- Programa de selección de personal
- Programa de reducción de rotación de personal

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Cada equipo presentará el Cuestionario y se expondrán los resultados en el grupo.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

II. Exposición de un programa

MÉTODO: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos cada uno, acudirá a distintas Dependencias gubernamentales o empresas privadas, mediante una entrevista dirigida, conocer algún programa que se haya implementado en el año anterior, así como los elementos que lo conformaron. En hojas de rotafolio, acetatos o utilizando cañón, de acuerdo a los recursos disponibles por parte del Departamento, presentarán sus resultados, propiciando el intercambio de impresiones con otros equipos hasta llegar a una conclusión de grupo.

GUÍA PARA LA ENTREVISTA DIRIGIDA (SUGERIDA)

- Nombre del programa
- Objetivo (s):
- Política (s) del Programa:
- Actividades necesarias para llevarse a cabo
- Personas (puestos) involucradas en el programa
- Procedimiento (s) para su ejecución
- Calendario estimado para su implementación
- Calendario real de implementación
- Lista de Recursos necesarios para su ejecución
- Presupuesto desglosado y total

P.D. Ejemplos de programas que se pueden solicitar/obtener: Programa Nacional/estatal de Vacunación antirrábica, Programa nacional/estatal de vacunación infantil, (en la Secretaría de Salud); Programa de Beca a los Trabajadores (en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social); o cualesquiera de

los programas que maneja la Secretaría de Turismo en el Estado; Programa de disminución del índice de rotación, Programa de disminución del índice de accidentes, programa de capacitación, , Programa de Evaluación del Desempeño, Programa de Jubilaciones; Programa de Motivación, y, Programa Promocional (en cualquier tipo de organización, ya sea privada o pública), por mencionarles algunos.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

a. Programa de una organización. (hacer presentación ante el grupo)

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

III. EMPRESA FABRICANTE DE CONFITERÍA

En esta empresa el jefe de recursos humanos debe presentar un Procedimiento General de Capacitación, el objetivo es identificar las necesidades de capacitación, competencia y entrenamiento de todo el personal definiendo y explicando los objetivos que se persiguen con cada una de las actividades, en su caso los indicadores que se deseen mejorar con dicha actividad, implementar los mecanismo para proveer la capacitación evaluar la efectividad de las actividades de capacitación, definiendo el alcance que este tendrá. Mismo que debe representar con diagrama de flujo. Las actividades que ha identificado son las siguientes:

Cuadro No 3 Actividades para desarrollar un procedimiento

	Actividad	Responsable
1.	Detecta e identifica las necesidades de capacitación	Supervisor de área
2.	Define objetivos de capacitación	
3.	Coordina los horarios para posibilitar la asistencia del personal	
4.	Coordina nuevos horarios para capacitación	
5.	Firma registros de asistencia	
6.	Realiza evaluación de capacitación	
7.	Revisa y analiza las necesidades de capacitación según perfil de puestos	Jefe de área
8.	Genera y elabora las solicitudes de capacitación	
9.	Verifica plan de la capacitación	
10.	Realiza plan de capacitación	Coordinador de capacitación
11.	Elabora con jefes de área perfiles de puesto	
12.	Genera el programa de inducción al personal de nuevo ingreso	
13.	Coordina la logística general de recursos humanos	
14.	Realiza la evaluación de la capacitación	
15.	Seguimiento de capacitación	
16.	Documenta los registros en carpeta de eventos de capacitación	
17.	Cumplimiento legal constancia de habilidades	
18.	Revisa plan anual de capacitación	Jefe de personal
19.	Revisa y aprueba indicadores de capacitación	
20.	Aprueba plan de capacitación	Gerente general

(Adaptado; Diseño e Implementación del Procedimiento General de Capacitación para una Empresa Fabricante de Confitería. Omar Edén Aceves, Memoria de Residencia 2009)

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Presentará cada equipo un diagrama de flujo del Programa General de Capacitación

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD II

PRÁCTICA No. 13

NOMBRE: PROCEDIMIENTOS

OBJETIVO:

El estudiante será capaz de diseñar procedimientos administrativos.

INTRODUCCIÓN:

Procedimientos

“un procedimiento son planes que establecen un método de manejo necesario para actividades futuras. Son secuencias cronológicas de acciones requeridas; son guías para la acción, más que para pensar y detallan de manera precisa de cómo deben realizarse ciertas actividades. (Koontz, Cannice y Weihrich, 2008, pág. 111).

Los diagramas de flujo son una parte importante del desarrollo de procedimientos, debido a que por su sencillez gráfica permiten ahorrar muchas explicaciones. De hecho, en la práctica los diagramas de flujo han demostrado ser una excelente herramienta para empezar el desarrollo de cualquier procedimiento.

Los diagramas de flujo son medios gráficos que sirven principalmente para:

- a. Describir las etapas de un proceso y entender cómo funciona

- b. Apoyar el desarrollo de los procedimientos
- c. Dar seguimiento a los productos de (bienes o servicios) generados por un proceso
- d. Identificar a los clientes y proveedores de un proceso
- e. Planificar, revisar y rediseñar procesos con alto valor agregado, identificando las oportunidades de mejora
- f. Diseñar nuevos procesos
- g. Facilitar el entrenamiento de nuevos empleados
- h. Hacer presentaciones directivas (Álvarez;2000:39)

Nota: Los principales símbolos para procesos tanto de tipo administrativo como para el área de producción se pueden encontrar en Hernández y Rodríguez Sergio. 2002. Administración, Pensamiento, Proceso, Estrategia y Vanguardia. Editorial Mc Graw Hill.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad II, Planeación. Subtema 2.5. Procedimientos

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos cada uno, analizando el caso, con los datos que se les proporcionan crear el procedimiento a seguir; en hojas de rotafolio presentarán sus resultados, propiciando el intercambio de impresiones con los otros equipos hasta llegar a una conclusión de grupo.

I. PROCEDIMIENTO PARA REALIZAR LAS INSCRIPCIONES EN UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA.

Es una actividad que se realiza semestre con semestre y cuando la institución recibe a dos mil alumnos es necesario contar con un procedimiento bien claro para evitar cualquier problema.

A continuación se muestran las actividades a realizar y los responsables de cada área:

Cuadro No.3 Actividades para elaborar un procedimiento

	Actividad	Responsable
I.	Solicitar examen a la institución aplicadora	Desarrollo Académico
II.	Emitir convocatoria de ingreso	
III.	Registrarse en la página web de la institución educativa	Alumno
IV.	Realiza pago de ficha en el banco	
V.	Canjear ficha en contraloría	
VI.	Liberar en sistema al aspirante	Contraloría
VII.	Registrarse en control escolar	Alumno
VIII.	Asignar folio y salón a cada aspirante	Control escolar
IX.	Solicitar maestros que apoyen a la aplicación	Desarrollo académico
X.	Comisionar docentes para la aplicación	Jefes de área
XI.	Aplicación de examen	Desarrollo académico
XII.	Evaluación del examen	Institución evaluadora
XIII.	Publicación de resultados	Desarrollo académico
XIV.	Inscribir a alumnos aprobados	Control escolar

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Presentar por equipo el diagrama del procedimiento para realizar inscripción revisarlo en el grupo para aclarar cualquier duda.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD II

PRÁCTICA 14

NOMBRE: PRESUPUESTOS

OBJETIVO: El estudiante será capaz de elaborar diferentes tipos de presupuesto necesarios en cualquier tipo de empresa

INTRODUCCIÓN

Un presupuesto es un plan numérico para distribuir recursos a actividades específicas. Los gerentes preparan de ingresos egresos y gastos de capital. Los presupuestos son una técnica de planeación que aplican todos los gerentes cualquiera que sea su nivel. (Robbins /Coulter, 2005:212)

Sirven para planear y controlar los recursos financieros de una organización mediante el cálculo de la futura operación de cada área se preparan presupuestos anuales que pueden dividirse en semestres trimestres incluso meses o semanas

Tipos de presupuestos:

Presupuesto variable. Toma en cuenta los costos que varían con el volumen.

Presupuesto fijo. Asume niveles fijos de ventas o producción.

Presupuesto de efectivo. Pronostica el efectivo y cuanto se necesitará.

Presupuesto de ingresos. Proyecta las ventas futuras.

Presupuestos de gastos. Anota las actividades primarias y les asigna dinero.

Presupuesto de utilidades. Combina los presupuestos de ingresos y gastos de varias unidades para determinar la contribución de cada uno a las utilidades.

Sugerencias para mejorar la elaboración de presupuestos:

- Que sea flexible
- Las metas deben impulsar los presupuestos; los presupuestos no deben fijar las metas
- Coordine la elaboración del presupuesto en toda la organización.
- Cuando sea adecuado use software de presupuestos y planeación
- Recordar que son herramientas(Robbins /Coulter, 2005:213)

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad II, Planeación. Subtema 2.6 Presupuestos

MÉTODO: DE CASOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos cada uno, analizando el caso, con los datos que se les proporcionan elaborara un presupuesto según sea el caso; en hojas de rotafolio presentarán sus resultados, propiciando el intercambio de impresiones con los otros equipos hasta llegar a una conclusión de grupo.

I. Colegio Veracruz

Cada año la directora de este centro escolar debe presentar un presupuesto donde se consideren todas las actividades a realizar así como los ingresos que tiene como objetivo. Es una escuela primaria particular cuenta con 12 grupos dos de cada nivel, encada grupo inscriben máximo 25 niños, para el siguiente año cuentan con una matricula de alumnos inscritos de 20 alumnos por grupo, cobrando una inscripción de \$4,500.00 por alumno y una mensualidad de \$2,200.00 que solo se cobra por 11 meses, se ofrece un descuento del 10% a quién paga todas las colegiaturas del año, se pronostica que este descuento lo utilicen un 15% de los alumnos inscritos ya que es el promedio de los últimos 5 años de los que han aprovechado el descuento.

Se considerando los siguientes eventos durante el año escolar para los que planea determinado presupuesto para gastos como renta de carpas, escenografías, regalos, renta de salón, alimentos, etc.

Actividades a realizar en el año escolar

Septiembre	Ceremonia del 15 de septiembre	\$2,000.00
Octubre	Ceremonia del 12 de octubre	\$1,000.00
Octubre	Día de muertos	\$2,000.00
Noviembre	Ceremonia del 20 de noviembre	\$3,000.00
Diciembre	Convivio de fin de año	\$5,000.00
Enero	Día de reyes	\$3,000.00
Febrero	Ceremonia del día de la bandera	\$1,000.00
Abril	Festejo del día del niño	\$3,000.00
Mayo	Día de la madre	\$3,000.00
Junio	Ceremonia de fin de cursos	\$5,000.00

La directora debe considerar los gastos administrativos y de operación por lo que considera los sueldos de directivos, maestros y servicios generales, así como pago de impuestos y gastos sociales para los cuales tiene la siguiente información:

Sueldo de mensual para un profesor (12 profesores)	\$ 8,000.00
Sueldo mensual del director (1)	\$18,000.00
Coordinador (1)	\$12,000.00
Psicóloga (1)	\$ 8,000.00
Secretaria (1)	\$ 6,000.00
Intendente (3)	\$ 4,000.00
Seguridad (1)	\$ 4,000.00

Otros pagos

Pagos de seguridad social bimestral de los empleados	\$ 40,000.00
Capacitación de personal anual	\$ 15,000.00
Papelería gasto mensual	\$ 10,000.00
Pago de impuestos bimestral	\$ 60,000.00
Pago de permisos anual	\$ 50,000.00
Pago de servicios (teléfono, internet, luz, gas,) promedio mensual	\$ 10,000.00
Predial pago anual	\$ 8,000.00

Con la información anterior deberá presentar un presupuesto general para el siguiente año escolar

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

Cada equipo presentará los siguientes presupuestos

- Presupuesto de ingresos
- Presupuesto de egresos
- Presupuesto de utilidades

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

MÉTODO: EJERCICIOS

II ¿QUE SON LOS PRESUPUESTOS?

Contesta las siguientes preguntas

1. ¿Que es un presupuesto?

2. ¿Por qué? un presupuesto es importante en el proceso de planeación

3. ¿Que diferencia existe en un presupuesto variable y un presupuesto fijo?

4. Menciona las características que debe tener un presupuesto

5. ¿Que factores internos y externos debemos considerar al elaborar un presupuesto?

6. ¿Que factores externos debemos considerar al elaborar un presupuesto?

7. ¿Que partes incluye un presupuesto?

8. ¿Un presupuesto limita nuestra planeación?

9. ¿Para elaborar un presupuesto debemos basarnos en?

10. ¿Cuales son los tipos de presupuestos?

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

Cada equipo presentará por escrito el cuestionario contestado.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD II

PLANEACIÓN

PRÁCTICA No. 16

NOMBRE: GRAFICA DE GANTT

OBJETIVO: Que el estudiante aplique la gráfica de balance diario (grafica de Gantt) como técnica de planeación y control.

INTRODUCCIÓN: La gráfica de Gantt. O cronogramas son cuadros que indican las actividades por realizar y los tiempos adecuados para realizarlas. (Hernández y Rodriguez, 2006:64).

Es un cuadro de doble entrada donde se establecen las actividades a realizar así como el tiempo y responsable de cada actividad, por lo que se puede proveer los recursos que se asignarán para las actividades y en la que se puede registrar el avance por eso es una técnica de planeación y control.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad 2, Técnicas de Planeación. Subtema 2.7. Técnicas cuantitativas y cualitativas de planeación

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos cada uno, analizando los datos que se presentan, y a partir de los mismos realizarán una gráfica de Gantt.

I. APERTURA DE UN CENTRO COMERCIAL

Para la planeación de un centro comercial se enlistan las actividades a continuación así como el tiempo y la dependencia de cada una de las actividades:

Cuadro No. 4
Actividades para desarrollar una grafica de Gantt

Actividad		Dependencia	Tiempo estimado en semanas
A	Investigación de factibilidad y de requisitos para construir.	Ninguna	3
B	Elaboración del proyecto de construcción	A	8
C	Obtención de permiso de obra	B	2
D	Construcción de la nave	C	16
E	Inspección oficial de la obra	D	3
F	Contratación de mobiliario	D	6
G	Acuerdo con proveedores para surtir mercancías	F	8
H	Decoración de la tienda	E	4
I	Reclutamiento de personal	C	4
J	Entrenamiento de personal	L	7
K	Preparativos para apertura	G, H, y J	3

(Adaptado de Hernández y Rodríguez 2006:173)

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Elaboración por equipo de una grafica de Gantt para determinar el tiempo de realización y comparar resultados en el grupo.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

II. PROGRAMACIÓN DE UN SEMESTRE ESCOLAR

- a. Inscripciones del 9 al 13 de agosto
- b. Periodo de clases del 23 de agosto al 26 de noviembre
- c. Periodo de bajas de materias del 23 de agosto al 3 de septiembre
- d. Semana de la ciencia y la tecnología del 25 al 29 de octubre
- e. Entrega de fichas para examen de admisión (convocatoria 2011) del 15 de octubre al 30 de noviembre
- f. Exámenes globales y especiales del 18 al 29 de octubre
- g. Concurso regional de creatividad del 25 al 29 de octubre
- h. Concurso de altares de todos santos 1 de noviembre
- i. Exámenes de regularización del 29 de noviembre al 3 de diciembre
- j. Exámenes de extra ordinarios del 6 al 10 de diciembre
- k. Aplicación del examen de admisión 6 de diciembre
- l. Publicación de resultados del examen de admisión 19 de diciembre
- m. Registro de calificaciones del 13 al 17 de diciembre
- n. Vacaciones de 19 al de diciembre de 2010 al 3 de enero 2011

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) **Elaboración por equipo de una Gráfica de Gantt que contenga las actividades a realizar y exponer el resultado para comparar con los otros equipos.**

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD II

PLANEACIÓN

PRÁCTICA No. 17

NOMBRE: **RED PERT**

OBJETIVO: Que el estudiante conozca la utilización de la programación lineal en lo que corresponde a la ruta del camino crítico a fin de utilizarla como técnica de planeación en cualquier proyecto.

INTRODUCCIÓN:

Una red PERT es un diagrama de flujo en el que se muestra la secuencia de actividades con que se realiza un proyecto el tiempo y costo de cada una. En una red PERT el gerente tiene que pensar en lo que hay que hacer, determinar que sucesos dependen otros y detectar los puntos problemáticos, también facilita la comparación de los efectos que las acciones alternativas tendrían en la programación y los costos. Así con la red PERT los gerentes vigilan el avance de un proyecto, identifican los posibles cuellos de botella y desplazan recursos si es necesario para mantener el proyecto en su calendario

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad 2, Técnicas de Planeación. Subtema 2.7. Técnicas cuantitativas y cualitativas de planeación

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: Casos

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: El docente explicar diferentes técnicas de planeación una de ellas la red PERT explicado como se utiliza, su importancia, y aplicación practica, apoyándose con diferentes ejercicios.

I. EL MUNICIPIO ESTRENA

En el estado de México, el municipio de Metepec recibió presupuesto del estado para construir oficinas nuevas, para ello sometió a licitación la construcción y la empresa que gano el contrato fue Construcciones JAYKARTA S.A.

El tesorero del municipio pidió al administrador de la constructora un plan donde le especificara las actividades a desarrollar así como costos y tiempo de terminación de la obra.

El administrador de la constructora entrego la siguiente tabla de datos pero no quedo convencido, el tesorero del municipio no conforme solicito apoyo a residentes del Instituto Tecnológico de Toluca que realizan practicas en el municipio para que le presentaran una red PERT.

Actividades para la construcción de un edificio.

Suceso	Descripción	Tiempo esperado (semanas)	Suceso Precedente
A	Aprobar el diseño y tramitar los permisos	11	Ninguna
B	Excavar el estacionamiento subterráneo	7	A
C	Levantar la estructura y las laterales	13	B
D	Construir los pisos	7	C
E	Instalar ventanas	3	C
F	Construir los techos	3	C
G	Instalar el cableado	6	D, E, F
H	Instalar el elevador	5	G
I	Tender pisos y paneles	4	D
J	Poner puertas y decoraciones interiores	4	I, H
k	Entregar al grupo de administración el edificio	1	J

Fuente: Robbins / Coulter;2009:216

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

Elaboración por equipo de una red PERT que muestre lo siguiente:

- a) Camino critico
- b) Tiempo de realización del proyecto
- c) Tiempos de holgura

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7,12

UNIDAD II

PLANEACIÓN

PRÁCTICA No. 18

NOMBRE:

ANÁLISIS FODA O DOFA (Matriz TOWS)

OBJETIVO:

Que el estudiante aplique correctamente el modelo de planeación estratégica de análisis situacional (DOFA.)

INTRODUCCIÓN:

Para realizar un análisis situacional DOFA (SWOT por sus siglas en inglés) se debe considerar el ambiente externo; donde se encontraran **oportunidades** y **amenazas** (que afectaran o serán de beneficio a todas las empresa) así como el ambiente interno donde revisan las **fortalezas** y **debilidades** (que afectan o benefician a la empresa que se esté evaluando).

- Fuerzas (strengths). Son puntos o ventajas que poseen las empresas y que pueden impulsar el negocio

- Oportunidades (opportunities). Son los factores o circunstancias externas que se puedan aprovechar que favorecen el desarrollo de la empresa.
- Debilidades (weaknesses). Son las carencias que se tienen o puntos que requieren más atención y que pudieran perjudicar a la empresa.
- Amenazas (threats). Son contingencias que se pueden presentar y que pueden llegar hasta un control nulo sobre ellas y un impacto en el desarrollo de la empresa. (Hernández, 2002, p.246)

Después de analizar el ambiente externo y los recursos internos, quienes toman decisiones estratégicas cuentan con la información que necesitan para elaborar estrategias corporativas, de negocios y funcionales de la organización, toda vez que “la competitividad se mide a través de los elementos externos e internos, siendo los primeros las amenazas que existen y pueden presentarse a mediano y largo plazo impidiendo el desarrollo de la estrategia; así mismo, las oportunidades que brinda y habrá en el mercado. Con lo que respecta a los factores internos, fuerzas y debilidades, se auto diagnostica la empresa frente a sus competidores en tanto a las ventajas y desventajas que tiene.(Hernández, 2002, p.246). Este enfoque ayuda a los ejecutivos a resumir los principales hechos y pronósticos que se derivan del análisis externo e interno. A partir de este punto, los ejecutivos pueden elaborar una serie de informes que identifican los aspectos estratégicos principales y secundarios a los que se enfrenta la organización. La formulación de estrategias se fundamenta en el análisis SWOT para utilizar las fortalezas de la organización para capitalizar las oportunidades, contraatacar las amenazas y reducir las debilidades internas.

“La empresa debe encontrar el punto donde se encuentre la máxima oportunidad y el mínimo riesgo conocido como estrategia mínimax, para desarrollar planes estratégicos, una vez que la empresa ha identificado este punto de máxima oportunidad, debe hacer su planeación estratégica a largo plazo y fijar las políticas impulsoras que llevarán al logro de los objetivos y las metas”. (Hernández, 2002:247)

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad 2, Técnicas de Planeación. Subtema 2.8. Planeación Estratégica
Análisis FODA o DOFA (Matriz TWOS)

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos cada uno, analizando los datos que se presentan, y a partir de los mismos realizarán el análisis de los mismos y los clasificarán en una matriz FODA

I. CASO ZARA

Zara es una empresa que pertenece al grupo Inditex siendo ésta la principal del grupo, ya que es la tienda con mayor presencia comercial además de generar más del 50% de utilidades que el grupo genera en sus 7 formatos.

Zara es una cadena de tiendas de moda española está representada Europa, América, África, y Asia.

Después de análisis de los factores externos, e internos se encontraron los siguientes:

Excelente posicionamiento de la marca, la moda es cambiante, imitación creciente de los productos Zara, se incrementa la venta por catálogo, deterioro de la imagen por prácticas laborales incorrectas, robos dentro de la tienda, empresa familiar con excesiva centralización, ofrece moda con precios atractivos, escasez de talleres, grandes servicio de asesoría de imagen, inestabilidad económica, grandes gastos en la renta de locales incremento de la delincuencia, locales en buenos puntos de venta, bajo costo de inventario, gran diversificación de productos, incremento del segmento de mercado, crecimiento del comercio electrónico, débil imagen en España como creador de moda, incremento en la preocupación de la imagen, capacidad financiera de la empresa, mínimo costo de inventario, inventarios que

no cubren la totalidad de la demanda, control directo sobre problemas de calidad. (Adaptado de Caso Práctico Zara. Opción VI. Examen por Aéreas de Conocimiento)

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

a) Clasificar los datos anteriores en una matriz DOFA

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7,12

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos cada uno, para analizar el siguiente caso que presenta, y a partir de los mismos realizarán el análisis FODA y formularán las estrategias por el método MÍNIMAX; en hojas de rotafolio presentarán sus resultados, propiciando el intercambio de impresiones con los otros equipos hasta llegar a una conclusión de grupo

II. CASO ANDREA

En el año de 1973 en la ciudad de México comienza Andrea en un pequeño taller con siete empleados. En sus inicios toda su producción era destinada a las zapaterías a través de agentes vendedores, con el paso del tiempo incrementó su capacidad de producción, por lo cual decide utilizar volantes impresos los cuales repartían en la calle. Estos folletos lograron un impacto tal que comenzaron a incluir más fotografías de calzado lo cual fueron los primeros inicios de lo que ahora son los catálogos de Andrea.

En la década de 1980 comenzó su expansión y crecimiento por lo cual trasladó sus instalaciones a la ciudad de León, Guanajuato por ser una ciudad con la infraestructura y proveedurías para el desarrollo del calzado. Comenzó a abrir sucursales en diferentes partes del país lo cual le ha permitido llegar a las 36 sucursales que la integran a nivel nacional, este crecimiento la ha llevado hasta el mercado anglosajón con sucursales en Chulavista, California y Chicago.

Andrea es una empresa formada bajo una sociedad anónima totalmente mexicana. La diferencia de Andrea con la competencia es el resultado de un gran

esfuerzo organizacional aunado a la calidad de su producto, eficiente y cordial servicio. El origen del nombre Andrea proviene de los nombres europeos que en la década de los 80's eran utilizados en nuestro país como sinónimo de prestigio y sofisticación; su origen griego significa "Valiente y Bella" Se encuentra integrada por 27 sucursal con inventario (SCI) y 75 sucursales sin Inventario (CSA, ahora SSI) de las cuales 13 se encuentran en Dallas, Chicago e California, y más de 3000 empleados, además de 160,000 estrellas afiliadas. (Vendedoras independientes)

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

Andrea utiliza el sistema de distribución directa ya que no emplea a terceros, está conformado por 7 centros de distribución en línea con las diferentes sucursales con inventario y sin inventario. Estos centros de distribución (CD) tienen el apoyo de una flotilla de 30 unidades con diferentes capacidades de carga. Andrea después de más de 30 años en el mercado mexicano y de consolidarse como los líderes en la venta de calzado por catálogo tiene líneas de producto como: dama caballero, adolescentes niños, ropa interior y cosméticos.

Estas líneas de producto tienen tres temporadas cada una como son:

Primavera - verano.

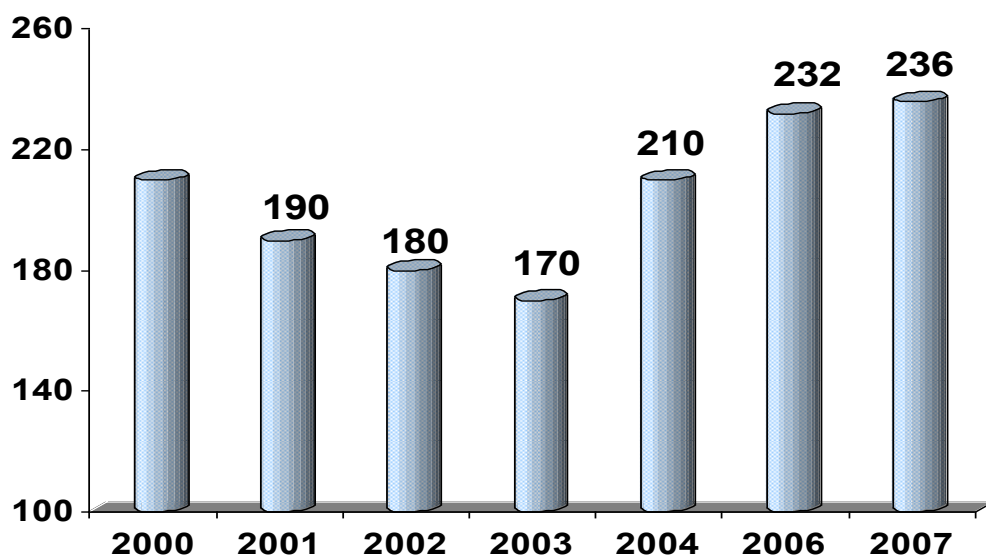
Verano – otoño.

Invierno.

Además de estar respaldadas por campañas publicitarias en medios masivos como televisión, radio, prensa, publicidad estática y móvil.

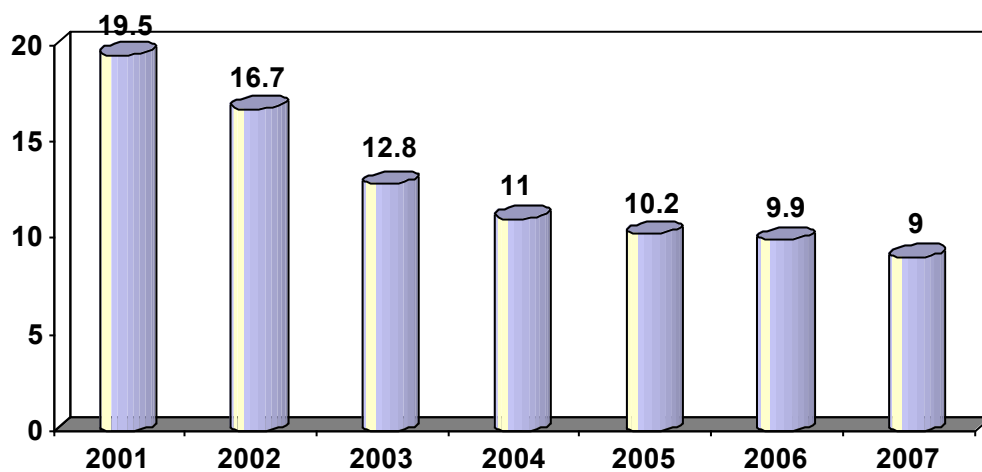
El consumo nacional en 2007 fue de 286 millones de pares en México se fabricaron 236 millones, Se importaron 50 millones. Consumo anual por individuo actual es de 2.4 pares

Producción Nacional en Millones de Pares

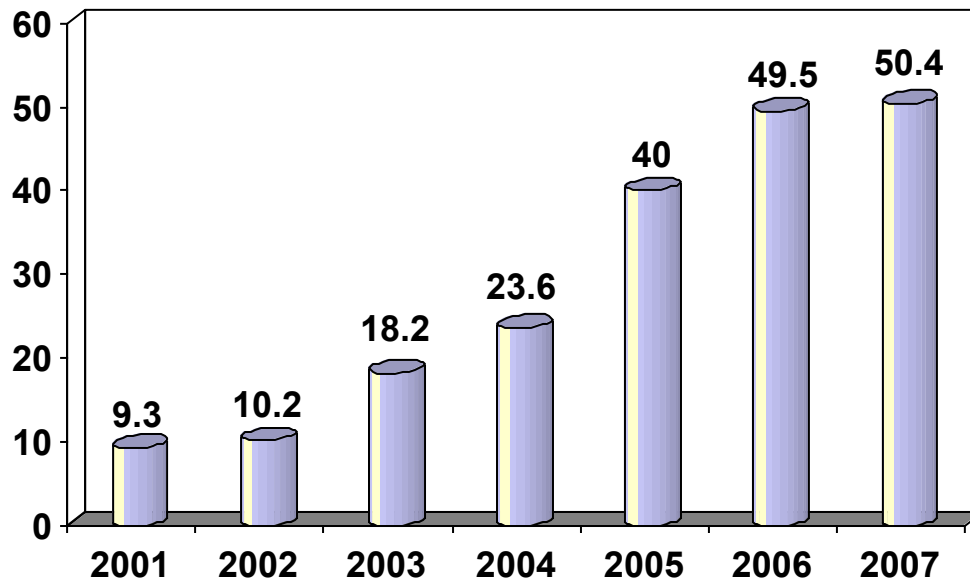


En la actualidad existen 2,384 unidades de producción cifra que incluye: micro, pequeñas, medianas y grandes Empresas.

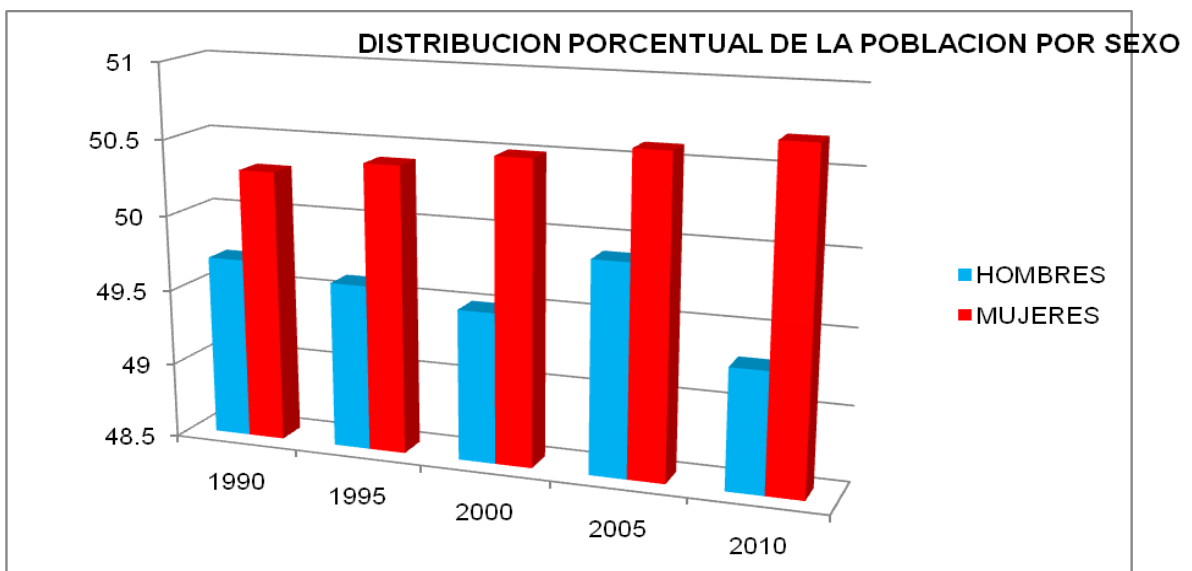
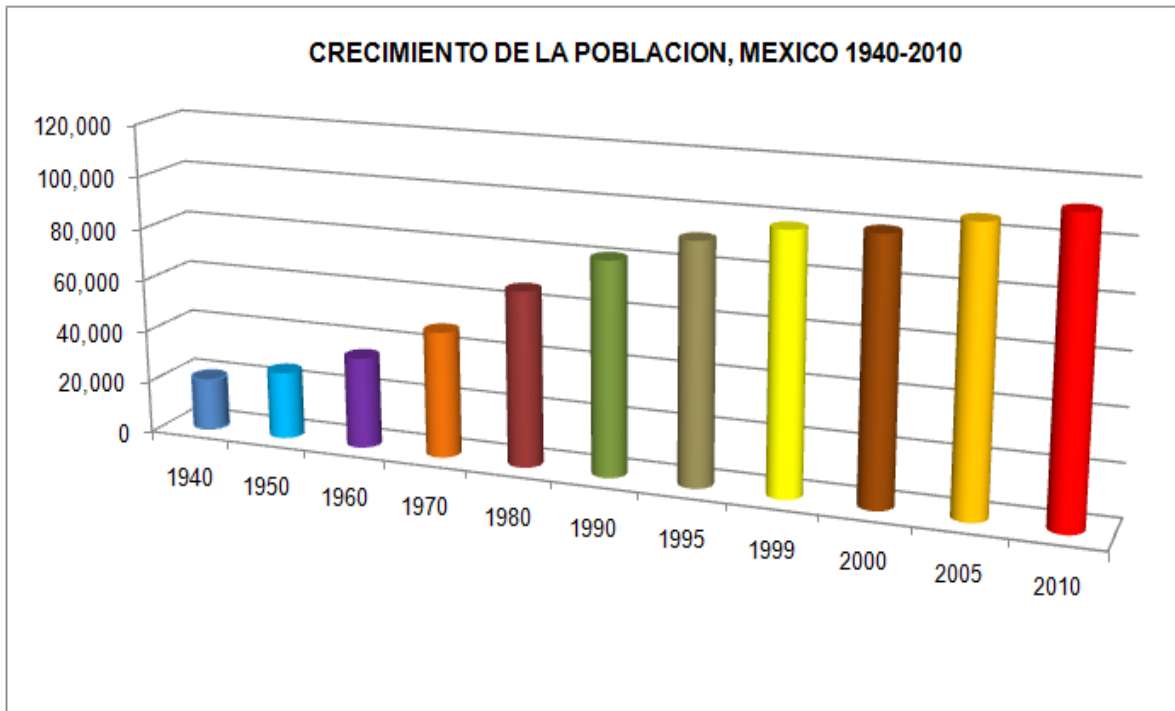
Volumen de Exportaciones de Calzado en Millones de Pares



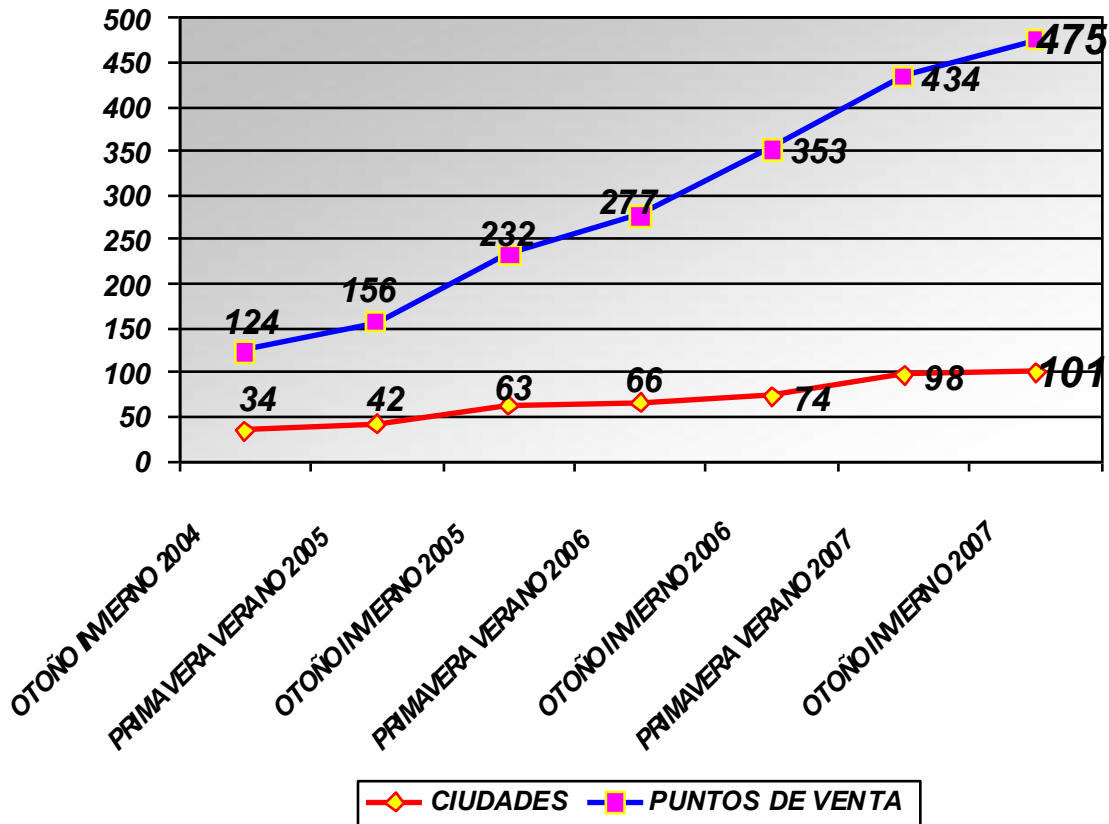
Volumen de Importaciones de Calzado en Millones de Pares



Actualmente la población en México asciende a poco más de 100 millones de habitantes, se estima que para el año 2030 se alcance una población de 130 millones de habitantes respectivamente, además la proporción promedio es de 50.5 % mujeres y 49.5 % hombres.

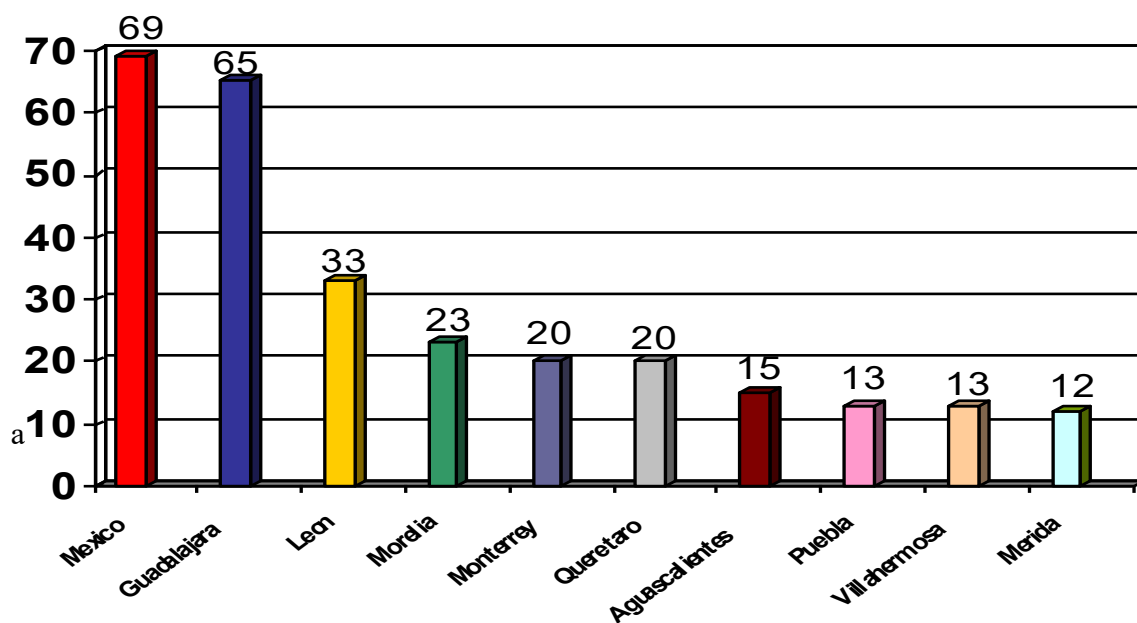


Actualmente la competencia ha incrementado su presencia a nivel nacional, Estableciendo un total de 475 puntos de venta.



PLAZA	COMPETENCIA	ANDREA
México	55	14
Guadalajara	62	13
León	31	2
Morelia	22	21
Monterrey	17	3
Querétaro	19	1
Aguascalientes	14	1
Puebla	12	1
Villahermosa	12	1
Mérida	12	1

Muchas de estas empresas surgen y en el mismo año desaparecen, dentro de las 10 ciudades con más empresas de venta de calzado por catalogo son:



Dentro de los principales competidores de Andrea tenemos a:

EMPRESAS	NUMERO DE SUCURSALES	CANTIDAD DE TEMPORADAS	LINEA DAMA	LINEA CABALLERO	LINEA INFANTIL	VESTIR INTERIOR	VESTIR EXTERIOR	COSMETICOS	ACCESORIOS
	36 sucursales	3 temporadas	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	10 sucursales	2 temporadas	✓	✓	✓	✓	✓		
	15 sucursales	2 temporadas	✓	✓	✓				
	11 sucursales	3 temporadas	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
	3 sucursales	2 temporadas	✓	✓	✓				
	10 sucursales	2 temporadas	✓	✓	✓	✓			
	29 sucursales	2 temporadas	✓	✓	✓				
	5 sucursales	1 temporada			✓				
	3 sucursales	2 temporadas	✓	✓	✓				
	2 sucursales	2 temporadas	✓	✓	✓				
	1 sucursal	1 temporada	✓	✓					
	6 sucursales	1 temporada	✓	✓					
	26 sucursales	2 temporadas	✓	✓	✓				✓
	3 sucursales	1 temporada	✓	✓					

(Adaptado de Caso Práctico Andrea. Opción VI. Examen por Aéreas de Conocimiento)

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- Con los datos anteriores, realizar un análisis del medio ambiente interno y externo.
- Realizar el análisis FODA
- Formular las estrategias por el método MINIMAX

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7,12

UNIDAD III

ORGANIZACIÓN

PRÁCTICA No. 19

NOMBRE: PRINCIPIOS DE ORGANIZACIÓN

OBJETIVO:

Que el alumno Identifique y comprenda los principios que se deben considerar en la organización

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad III planeación subtema 3.1 Concepto importancia y principios

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

INTRODUCCIÓN:

Un principio se define como una guía o verdad fundamental ya que se ha demostrado a través de la experiencia que al aplicarlos se obtienen mejores resultados. Estos se han formulado a través de muchos años de experiencia y pruebas en diferentes tipos de organizaciones por lo que es necesario tomar en consideración los principios que se tratan en esta práctica al llevar a cabo la planeación, son los siguientes:

- 1. División del trabajo**
- 2. Especialización**
- 3. Jerarquía**
- 4. Centralización & descentralización**
- 5. Unidad de mando**
- 6. Unidad de dirección**

7. Unidad de dirección

8. Difusión

9. Continuidad

MÉTODO: DE CASOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos. Analizarán los casos que se les presentan y, a partir de los mismos, identificar cada uno de los principios de organización (ya sea que no se cumplan o que se estén respetando). En hojas de rotafolio presentarán sus resultados, propiciando el intercambio de impresiones con los otros equipos hasta llegar a una conclusión de grupo.

I. Deco – Acero Industrial S.A. de C.V.

El señor Redames Téllez comenzó instalando equipos de laboratorio en diferentes empresas, con el paso del tiempo logró adquirir maquinaria para elaborar muebles de laboratorio de acero e instalarlos, ya que tenía un buen prestigio en las empresas, lo solicitaban constantemente, el tiempo pasó y sus hijos se fueron integrado al negocio, había un representante de ventas (era el hijo mayor), para realizar las compras se encargaba el segundo hijo y el señor Radames. Contrataron 3 técnicos en la elaboración de este tipo de muebles, un diseñador y 20 operarios pero en los últimos meses han tenido problemas ya que no tienen claro los operarios a quien reportar si al los técnicos o a los hijos del dueño. Así mismo los técnicos, no tiene claro cuáles son las funciones específicas ya que se están contradiciendo en alguna decisiones o el trabajo se está realizando de manera repetida y como tiene en puerta un gran negocio con la Cervecería Modelo en el norte del país han decidido solicitar ayuda a un especialista en diseño organizacional para que su competitividad no se vea afectada.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

Si fuesen el consultor:

- a) ¿Cuáles de los principios de organización que se están cumpliendo y cuáles no se están cumpliendo?

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD III

ORGANIZACIÓN

PRÁCTICA No. 20

NOMBRE: TIPOS DE DEPARTAMENTALIZACIÓN

OBJETIVO:

Que el alumno pueda establecer la estructura que requiere una empresa para el logro de objetivos Identifique y comprenda los principios que se deben considerar la organización

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad III planeación subtema 3.3 tipos de organización

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

I. Rico Amaranto S. A.

De niña, Dora Elba de la Rosa padecía las horas que tenía que estar frente al comal cocinando obleas o tostando amaranto: producir y vender alegría es una tradición de su familia desde hace 60 años. Su lugar de origen, Santiago Tulyehualco, en Xochilico, al sur del D.F. es conocida como la “Cuna del Amaranto”. “Tenía que ayudar a la economía familiar” recuerda Dora. “Mi padre

ganaba poco como campesino y había 7 bocas que alimentar”. Esta actividad le comenzó a gustar cuando se convirtió en el ingreso de su propia familia el sueldo de su esposo, dedicado al campo, como su padre, tampoco era suficiente “a veces no teníamos ni un quinto”. En 1989 empezó a vender en el pórtico de la casa de su mamá, pepitorias (obleas con pepitas) y amaranto tostado. En tres horas hacía 48 obleas con treinta pepitas. Al principio aportaba unos tres mil pesos mensuales a su hogar, su situación cambió cuando con ayuda del gobierno, sus hermanos y ella crearon una pequeña empresa. Dora vendía lo que hacían sus dos hermanos. Al mes llegaba a ganar hasta cinco mil pesos.

En 2006, la empresa familiar obtuvo otro crédito del gobierno y el viejo cuarto donde trabajaba se convirtió en un estanquillo con bodega. En la actualidad, Dora vende los productos de amaranto que hacen sus hermanos y gana unos trece 13,000 pesos al mes. Su madre (85 años) aun elaboraba pepitorias. Y su hijo Carlos se encargaba del inventario. Contrataron un vendedor que entregaba el producto en diferentes tiendas de la zona. A Diana de 18 le gusta ayudar vender el producto en la tienda. . Dora no extraña estar frente al comal ahora que administra su propio negocio pero gracias al apoyo del gobierno que les ha apoyado con otro crédito quieren ampliar su empresa, para ello deberán presentar una estructura definida para alcanzar el objetivo de producir un 50% más de producto están conscientes que deberán contratar más personal y definir claramente las funciones de cada uno. (Adaptado de la revista Expansión, No. abril 14,2008:49)

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

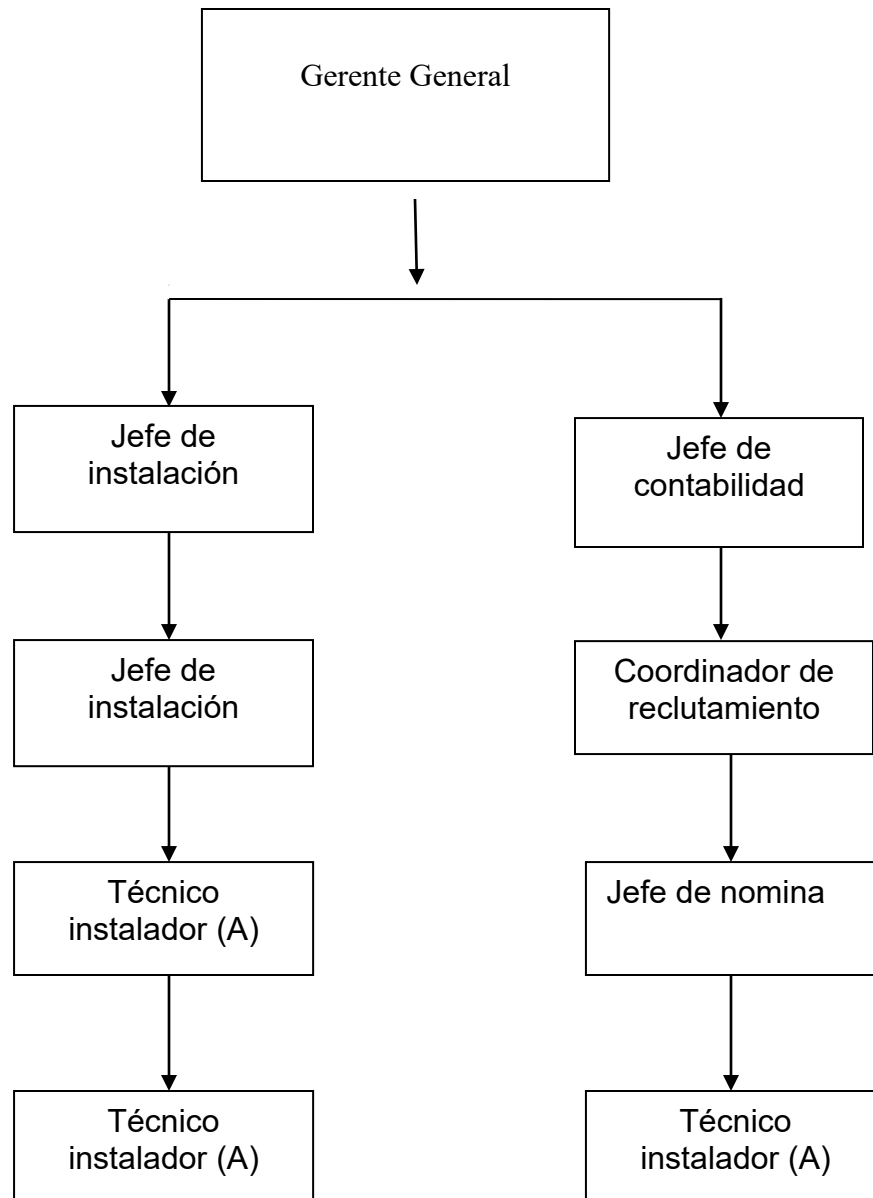
Si fuesen el consultor:

- a) ¿Qué tipo de estructura organizacional propone para esta empresa?
Presente una justificación en al menos una cuartilla.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7,12

II. ACER ELECTRÓNICA S A DE C. V.

Es una empresa importante en el país que se dedica a dar respaldo técnico a las empresa en el equipamiento de aires acondicionados, en el último año ha crecido un 50 % por lo que la estructura organizacional con la que cuenta está sobresaturada (Fig. 1) por lo que solicita apoyo para plantear una nueva estructura que cubra sus necesidades actuales así como futuras ya que planea crecer otro 50%.



REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

Si fuesen el consultor:

- a) ¿Qué tipo de estructura organizacional proponen para que esta empresa alcance su objetivo? Presenten una justificación en al menos una cuartilla.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD III

ORGANIZACIÓN

PRÁCTICA No. 21

NOMBRE: CARTA DE DISTRIBUCIÓN DE TRABAJO

OBJETIVO: Que el alumno pueda distribuir el trabajo auxiliándose de la técnica denominada carta de distribución del trabajo.

INTRODUCCIÓN La carta de distribución es una técnica de organización que sirve para asignar de manera equilibrada el trabajo en un área o en un nivel de la organización, considerando identificar las actividades que corresponden a cada puesto, para evitar la duplicidad o fugas de responsabilidad, y la jornada de trabajo se la correcta.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad III planeación subtema 3.4 Técnicas de organización

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

I. FÁBRICA DE JABONES MARIEL

En la fábrica de jabones Mariel, han existido quejas por la sobre carga de trabajo, duplicidad del mismo o porque algunos hacen más que otros, principalmente a nivel de jefaturas al punto que se ha incrementado la rotación del personal, esto ha afectado a la empresa ya que cuesta mucho contratar a nuevos empleados y capacitarlos; incluso ha tenido problemas con su clientes. A fin de parar esta situación ha contratado un asesor en organización que les ayude a resolver esta situación, para ello le entregaron la información del siguiente cuadro, para elaborar un cuadro de distribución de trabajo actual y hacer las correcciones necesarias para equilibrar el trabajo y evitar la duplicidad del mismo ¿Cuál sería tu propuesta?

Cuadro No. 5

Lista de actividades de cada uno de los ejecutivos es la siguiente:

Puesto	Horas / semana
1. Director	
• Acuerdo con sus subordinados	4
• Autoriza créditos	10
• Trata con sus clientes	8
• Trata con proveedores	5
• Autoriza compras	6
• Revisa informes financieros	5
• Trata con bancos	4
2. Contralor	
• Supervisa reportes	9
	10

• Trata con bancos • Juntas con el director • Junta con vendedores • Autoriza créditos • Autoriza compras • Trata con el sindicato • Supervisa las cobranzas	4 3 5 4 5 4
3. Gerente de ventas • Asiste a juntas • Trata con clientes • Trata con agencias de publicidad • Coordina su personal • Trata con vendedores	8 6 5 7 5
4. Gerente de planta • Asiste a juntas • Programa y controla la producción • Trata con el sindicato • Selecciona personal • Coordina a su personal • Trata con proveedores para compras • Elabora programas de mantenimiento	5 9 8 10 5 8 9
5. Contador • Elabora estados financieros • Autoriza compras • Trata con bancos • Autoriza créditos • Supervisa la cobranza • Coordina a los jefes de ventas y vendedores para calculo de comisiones • Elabora la nomina • Maneja impuestos • Elabora presupuesto de caja • Supervisa al operador de computadora	18 5 5 5 5 2 5 5 6 4

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Elaborar una carta de distribución del trabajo con la información presentada para su análisis en grupo.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD III

ORGANIZACIÓN

PRÁCTICA No. 22

NOMBRE: ANÁLISIS DE PUESTOS

OBJETIVO:

Lograr que el estudiante sea capaz de identificar las partes que conforman un puesto, conocer los elementos que se requieren para recolectar información para realizar el análisis, descripción y perfil del puesto.

INTRODUCCIÓN

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad III organización subtema 3.4 Técnicas de organización

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

I. ANÁLISIS DE PUESTO PARA DU PONT

En la empresa de Du Pont, S.A. de C.V. se requiere elaborar el análisis de puesto con los siguientes elementos:

- El ocupante del puesto deberá contar con estudios de ingeniería Química
- Reporta avance de proyecto a gerente de matriz
- Maneja información confidencial de la empresa
- Cierra contratos con clientes
- Elabora cotización para el cliente de los recubrimientos anticorrosivos que maneja la empresa
- Manejo con proveedores
- Manejo de computadora (PC), programas (Excel, Word, power point, mail, Internet).
- Conocimientos de inglés
- Conocimientos básicos de ventas
- Conocimientos de ventas
- El puesto es a nivel gerencia de zona
- Negocia con clientes
- Supervisa trabajo de contratistas
- Debe tener conocimientos de administración
- Maneja eficientemente administración de proyectos
- Para desempeñar este puesto se requiere contar con 2 años de experiencia, además de manejar hábilmente la computadora.
- Cotidianamente debe tomar decisiones de suma importancia.
- Debe ser una persona muy responsable en el desempeño de su trabajo.
- Viaja constantemente al norte de república y al sur, incluso puede cambiar de residencia por períodos largos.
- Debe ser una persona que sepa trabajar bajo presión y equilibrada emocionalmente

- Debe ser una persona casada, reporta directamente al Director de proyectos de recubrimientos anticorrosivos, es necesario que sea del sexo masculino.
- El riesgo es moderado

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Cada equipo elaborará un análisis de puestos, identificando los elementos del perfil y requerimientos del mismo; de la información anterior, utilizando el formato del anexo 2 y comparándolo con los demás equipos para llegar a una conclusión final.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

ANEXO 1

Datos del puesto			
Denominación del puesto			
Departamento / área			
Reporta a:			
Supervisa a			
Organigrama (ubicación)			
Contactos:			
Internos		Externos	
¿Con quien?	¿Para que?	Marcar con una x el enunciado correcto	
		☐	No requiere mantener contactos externos
		☐	Mantiene contacto primarios. Atención a visitas proveedores,
		☐	Mantiene contactos estrechos con clientela, publico, org. públicos
		☐	Mantiene contactos estrechos con clientes en temas de gran importancia para la empresa
Riesgo en el puesto de trabajo			
☐	Riesgo Tolerable		
☐	Riesgo significativo		
Riesgo de accidentes ambientales.			
☐	Riesgo limitado y poco probable. Exige cuidados y prevenciones normales		
☐	Riesgo importante. El puesto se ve sometido a accidentes graves		
☐	Riesgo mayor. El puesto exige cuidados y prevenciones internas y constantes		
Objetivo del puesto:			
Responsabilidades primarias			

Requisitos del puesto			
Edad			
Nivel de instrucción formal			
	Primaria		Preparatoria / Técnico
	Secundaria		Universitario
			Posgrado o especialización
Comentarios			
Experiencia laboral			
☐	No corresponde	☐	De 2 años a 5 años
☐	Hasta 6 meses	☐	De 5 años a 8 años
☐	De 6 meses hasta 2 años	☐	Mas de 8 años
Comentarios			
Competencias Laborales con grado de destreza			
Genericas		Tecnicas	
Conocimientos			
Idioma			
Conocimiento en informatica			
Capcitación necesaria			
Movilidad (disponibilidad)			
Permanente			
Transitoria			
Dentro del pais			
Internacional			
No requiere			
Responsabilidad por manejo de información confidencial			
Revisión No.		Fecha de vigencia	
Elabora		Revisó	Aprobó

UNIDAD III

ORGANIZACIÓN

PRÁCTICA NO. 23

NOMBRE: **MANUAL**

OBJETIVO: Lograr que el estudiante conozca los diferentes manuales administrativos de acuerdo a su clasificación, a su naturaleza de contenido y por su ámbito. Y cosca la forma de elaborarlos.

INTRODUCCIÓN “Duhalt Kraus Miguel A. define al manual como un documento que contiene en forma ordenada y sistemática, información y/o instrucciones sobre historia, organización política y procedimientos de una empresa, que se consideran necesarios para la mejor ejecución del trabajo” (Rodríguez, 2002:57) Existen diferentes tipos de manuales estos pueden ser de políticas, procedimientos, departamentales, de capacitación, de inducción de organización.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad III Organización subtema 3.4 Técnicas de organización

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: Casos

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de cinco alumnos cada uno elaborará una manual diferente y los presentará en hojas de rotafolio, acetatos o cañón con computadora, propiciando el intercambio de impresiones con los otros equipos, los manuales serán los siguientes:

I. ELABORACIÓN DE MANUALES

- Manual de Bienvenida.
- Manual de Políticas.
- Manual de Procedimientos
- Manual de Organización.

El manual deberá contener la siguiente estructura

1. Identificación (caratula)
2. Índice
3. Introducción
4. Objetivo
5. Alcance
6. Limitaciones
7. Contenido
8. Fuentes Consultadas

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

Cada equipo presentará los manuales realizados ante el grupo haciendo énfasis en las características particulares de cada uno.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD IV

INTEGRACIÓN

PRÁCTICA No. 24

NOMBRE: RECLUTAMIENTO

OBJETIVO:

El estudiante identificará los tipos de reclutamiento así como los pasos necesarios para llevarlo a cabo.

INTRODUCCIÓN

El reclutamiento consiste en reunir un grupo de candidatos idóneo para desarrollar una buena selección de personal este puede ser interno o externo así como especializado o general dependiendo de las vacantes a cubrir, cada uno tiene sus ventajas y desventajas por ejemplo el reclutamiento interno aumenta la moral de los empleados ya que tiene la posibilidad de crecer en la empresa aunque quita a ésta la posibilidad de encontrar a alguien mejor preparado. Cada empresa lleva el reclutamiento de acuerdo a sus políticas.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad IV Integración, Subtema 4.1 Reclutamiento

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: De ejercicios

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se deberá revisar en equipo que es el reclutamiento, por es importante para la empresa, cuales tipos los tipos de reclutamiento como impactan las políticas de reclutamiento en el personal.

I. Reclutamiento

1. ¿En que consiste le reclutamiento?

2. Cual es el objetivo del reclutamiento

3. ¿Cuando se requiere hacer reclutamiento?

4. ¿Cual es la diferencia entre el reclutamiento general y reclutamiento especializado?

5. ¿Cuales serian las fuentes para realizar el reclutamiento especializado?

6. ¿Cuales serian las fuentes para realizar el reclutamiento general?

7. ¿Que ventajas y desventajas tiene el reclutamiento interno?

8. ¿Que desventajas y desventajas tiene el reclutamiento externo?

9. ¿Que debemos conocer para hacer un reclutamiento eficaz?

10. Por que consideras que el reclutamiento es importante para una empresa

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Cada equipo contestara las preguntas y se comentara en clase para llegar a una conclusión final.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD IV

INTEGRACIÓN

PRÁCTICA No. 25

NOMBRE: SELECCIÓN DE PERSONAL

OBJETIVO:

El estudiante identificará la importancia de la selección del personal así como el proceso de ésta dentro de la empresa.

INTRODUCCIÓN

La selección de personal consiste en elegir al candidato idóneo para el puesto idóneo, la empresa invierte mucho en este aspecto ya que de una buena selección dependerá el logro de los objetivos. Consta de un proceso, que normalmente lleva acabo el personal de recursos humanos.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad IV Integración, Subtema 4.1 Selección de Personal

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: De ejercicios

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS:

Se deberá encarga a los alumnos que estudien el proceso de selección de personal para discutir en el grupo la importancia los pasos que éste proceso incluye, el docente moderara y dará las conclusiones del tema.

I. ¿POR QUE SELECCIONAR?

1. ¿Cómo defines la selección de personal?

2. ¿Por que afecta de manera importante la eficiencia de la empresa una mala selección?

3. ¿Es importante considerar todos los pasos de la selección?

4. ¿El recibir el currículo de un aspirante por correo es adecuado en la actualidad?

5. ¿Que se evalúa en la entrevista preliminar?

6. ¿Cual seria la forma correcta de entrevistar a un candidato?

7. ¿Por que debemos planear con respecto a las necesidades futuras de recursos humanos?

8. ¿Que se debe evaluar de un candidato además de conocimientos?

9. ¿Cuales son los tipos de exámenes que se recomiendan para un puesto directivo en que consisten?

10.¿Que documentos deberán anexar (en copia) los solicitantes?

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) El equipo deberá entregar el cuestionario contestado para comentar el salón

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7,12

II. ENTREVISTA A UN GERENTE

Cada equipo realizará una entrevista a un Gerente de Recursos Humanos, de alguna empresa de la localidad, sobre lo que implica el recurso humano en la empresa y la administración de éste.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

Cada equipo entregara por escrito la entrevista realizada y se comentará en clase para llegar a conclusiones generales

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

III. Cubriendo una vacante

Supongamos que una empresa quiere cubrir la vacante de analista de calidad pedirá a los alumnos del grupo que llenen una solicitud sacara copias y cada equipo evaluará a los candidatos para elegir quien ocupará la vacante, no se incluirán en cada equipo los integrantes del mismo, el docente entregará los requisitos del puesto, para realizar el ejercicio.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Cada equipo presentará el análisis que realizo y fundamentará por eligió a dicho candidato.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7,12

UNIDAD IV

INTEGRACIÓN

PRÁCTICA No. 26

NOMBRE: **INDUCCIÓN**

OBJETIVO:

El estudiante identificará la importancia de la inducción y desarrollara un programa de inducción.

INTRODUCCIÓN

La inducción de personal consiste, en dar a conocer información al nuevo empleado a cerca de la empresa (su misión, visión, objetivos etc.). Del departamento donde trabajará, y del trabajo a realizar. Así como presentarlo con sus compañeros y mostrarle las instalaciones con el objetivo de reducir el estrés que provoca un nuevo trabajo y hacer más rápido el proceso de integración a la empresa.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad IV Integración, Subtema 4.3 inducción

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: De ejercicios

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS:

Se formaran equipos de cinco alumnos y prepararan un ejemplo de cómo darían inducción sus empleados.

I. Inducción para todos

1. ¿Cuando entra un grupo de 20 personas a una empresa como recomendaría que se la inducción.

2. ¿Quien seria el responsable de dar esta inducción?

3. ¿Que información incluiría acerca de la empresa?

4. ¿Cuando seria recomendable impartir esta inducción que objetivo tiene dar inducción a los nuevos empleados?

5. ¿Que problemas ocasionaría no dar inducción?

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Cada equipo presentará el análisis que realizo y fundamentará por eligió a dicho candidato.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7,12

UNIDAD V

Dirección

PRÁCTICA No. 27

NOMBRE: Principios de dirección

OBJETIVO: El estudiante comprenda y aplique los principios básicos de la dirección en situaciones reales.

INTRODUCCIÓN

Los principios son guías, lineamientos para llevar a cabo una mejor dirección consideraremos los siguientes principios:

1. De la armonía del objetivo. Los objetivos de la empresa podrán alcanzarse si los subordinados se interesan en ellos por eso se debe buscar que los objetivos de los empleados se logren al cumplir los objetivos de la empresa
2. Impersonalidad de mando. Los subordinados deben estar consientes de que la autoridad que emana de los dirigentes es un requerimiento para lograr los objetivos.
3. De la supervisión directa. El dirigente debe proporcionar ayuda y apoyo a los subordinados para alcanzar de mejor manera los planes
4. De la vía jerárquica. Se deben respetar los canales formales de comunicación establecidos por la organización, con el fin de evitar conflictos.
5. De la resolución del conflicto. Se deben resolver los problemas en cuanto aparezcan para evitar que estos crezcan
6. Aprovechamiento del conflicto. Se deben analizar las causas del conflicto a fin de evitar que la situación se repita, ya que los conflictos son focos rojos que indican que algo está funcionando mal.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad 5, Dirección, Subtemas 5.1 Concepto, importancia y principios

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: De casos

I. Coordinación de Servicios Aéreos

En esta oficina tiene 8 maquinas (helicópteros) tres hacen patrullaje en el estado, mismas que auxilian en caso de accidentes, para traslados de emergencia otras dos maquinas para servicio de traslados fuera del estado y tres para traslados del gabinete del gobierno. En ella están adscritos el jefe de la coordinación, dos jefe de turno, ocho pilotos, ocho radio-operadores (copilotos) el jefe de oficina de los despachadores, cuatro despachadores de vuelo, secretaria y también depende del jefe de oficina los 2 encargados de almacén y el personal de limpieza (tres empleados). En esta oficina precisamente se dio la siguiente El pasado mes de septiembre se dio la siguiente situación en la oficina:

Raúl jefe de turno dijo a Mario pasa la orden de mantenimiento para la maquina tres, que vengan por ella los de mantenimiento a más tardar el sábado ya que el miércoles de la semana que entra sale fuera del estado. -Como usted diga jefe contesto Mario. El sábado ya eran las dos de la tarde furioso el jefe de turno Raúl pregunta ¿por que no sean llevado la maquina los de mantenimiento? Donde esta Mario yo le dije que programara ese mantenimiento desde el jueves y no es la primera vez que le encargo algo y no lo hace correctamente tal parece que no entiende que no es por que yo quiera debemos dar y servicio del alta seguridad y el mantenimiento es indispensable, la secretaria, Anita respondió –esta en el turno de la tarde esta por llegar, pues prepárame su renuncia. Cuando este llego el jefe lo mando traer inmediatamente y le dijo Mario fírmame tu renuncia el

argumento por que jefe –no diste seguimiento al mantenimiento de la maquina que te ordene; contesto Mario

-permítame decirle que yo pase la orden, pero el jefe de la coordinación me dijo, no mandes la maquina tres, manda la maquina cinco, es mas cómoda y más nueva; -Y por que no me avisan ya estaba levantado el reporte. No quiero que esto se vuelva a repetir, y salió dando un portazo a su oficina. Y Mario comento con la secretaria no nos apoyan con los bonos que nos deben y todavía sin investigar me quieren correr no es justo Anita –no no es justo Mario, bueno a trabajar que tenemos pendiente para hoy déjame ver. Y continuaron con su trabajo.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

El equipo analizará el caso e identificará:

- a) Cuales son los principios de dirección que se están aplicados
- b) Cuales son los principios de dirección que no se están aplicando
- c) Cuales serian las sugerencias para que esto no suceda nuevamente

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7,12

UNIDAD V

DIRECCIÓN

PRÁCTICA No. 28

NOMBRE:

MOTIVACIÓN

OBJETIVO:

Que el alumno identifique las diferentes teorías de motivación así como su aplicación en las diferentes organizaciones

INTRODUCCIÓN: La motivación se refiere a los procesos responsables del deseo de un individuo que realiza un gran esfuerzo para lograr los objetivos organizacionales, condicionado por la capacidad del esfuerzo de satisfacer alguna necesidad individual. (Nos referimos al comportamiento relacionando con el trabajo) en esta definición encontramos tres elementos claves: esfuerzo, objetivos organizacionales (Robbins / Coulter, 2005:392)

Existen diferentes teorías de motivación que se deben conocer ya que en la actualidad son utilizadas por los gerentes, en lo que respecta a la motivación de los empleados.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad 5 Dirección, subtema 5.4 Motivación

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de 5 alumnos para analizar el caso y contestar las preguntas al respecto, se recomienda resolver el problema después de la realización de mapas conceptuales de las diferentes teorías de motivación una exposición de las mismas.

I. INSTITUTO EDUCATIVO LIBERTAD

Hace 15 años inicio este centro educativo recientemente se hicieron estudios sobre el clima organizacional y en lo que respecta a la motivación se encontró que la moral de los docentes y administrativos se encontraba en condiciones optimas investigando más sobre esto, encontramos que no siempre fue así esto ocurrió cuando el director de la escuela hizo ciertos cambios entre los cuales es importante mencionar los siguientes

- La institución da base a los docentes después del primer contrato cuando tuvieron un buen desempeño.
- El director organiza cursos de capacitación extras, para docentes y administrativos, sin costo para ellos, destinó el año pasado para esta actividad \$ 60,000 pesos.
- La madres que tiene hijos en edad escolar tiene beca del 100% si trabajan tiempo completo, si no es así se le da un descuento que va del 25 al 75%.
- El director organiza reuniones de trabajo cada semana propiciando así una comunicación abierta y directa con todos los empleados.
- Cuando alguno de los maestros necesita algún permiso puede ser cubierto por la coordinadora o por otro maestro, dos veces al mes sin descuento. Los administrativos pueden si lo necesitan pedir permisos por horas y reponerlas en otro día.
- Al final de cursos el directos entrega diferentes reconocimientos al personal en una ceremonia formal en la son invitados diferentes autoridades y padres de familia además del reconocimiento entrega un cheque a los tres mejores maestros, equivalente a una quincena.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

El equipo presentará un análisis donde mencione que en que teoría se baso el director para motivar a su personal.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

II. CUESTIONARIO

1. ¿Que es la motivación?

2. ¿Por que es importante motivar a los empleados?

3. ¿En que consisten 5 los niveles de la teoría de Maslow

4. ¿Cuales son los supuestos de la teoría X y Y?

5. ¿Cuáles los motivadores y cuales son los factores de higiene según Herzberg

6. Cuales son las tres necesidades que plantea McClelland que son adquiridas

7. En que aspectos se basa la teoría del la fijación de metas con respecto a la motivación

8. La teoría del reforzamiento en que basa el comportamiento del individuo

9. Cuales son la implicaciones de la teoría de la equidad en lo que se refiere a la motivación

10. Cuales son la tres variables que incluye la teoría de las expectativas

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

- a) Presentará en rotafolio cuales el mensaje que la empresa quiere transmitir, considerando:

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7,12

UNIDAD V

DIRECCIÓN

PRÁCTICA No. 29

NOMBRE:

COMUNICACIÓN

OBJETIVO: Que el alumno conozca los componentes del proceso de comunicación así como los métodos de la misma que puede usar en las empresas conociendo la comunicación formal e informal.

INTRODUCCIÓN: La comunicación es una parte vital de la empresa, ya que nos ayuda a dirigir, informar, recibir, informes, ideas propuestas de mejoras y mucho más por ello ese debe comprender la comunicación formal e informal y conocer la barreras de la comunicación así como la forma de superarlas en una organización; también es importante identificar las redes de comunicación organizacional y como mejorarlas.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad 5 Dirección, subtema 5.5 Comunicación

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, televisión,cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: DE CASOS

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formarán equipos de 5 alumnos para analizar el caso ellos deberán primero conocer el proceso comunicación que es comunicación organizacional cuales son las barreras los tipos de comunicación así como la comunicación formal.

Para el caso numero uno re recomienda utilizar alguna campaña de publicidad de alguna marca líder en el momento de hacer la practica, en este caso se considera una campaña actual del cierta empresa.

I. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL EN TELEVISIÓN

Analizar dos comerciales que salgan en televisión, por ejemplo en este caso Daly, Asepxia maquillaje, suerox, considerando el proceso de la comunicación.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

Presentará en rotafolio cuales el mensaje que la empresa quiere trasmitir, considerando:

- a) El mensaje
- b) La fuente
- c) La codificación
- d) El canal
- e) La decodificación
- f) La retroalimentación y
- g) El ruido.

II. “CREACIONES MARY”

Es una empresa fabricante de ropa que a pesar de haber sobrevivido en los tres últimos años enfrenta muchos problemas entre sus departamentos el gerente organizo una reunión de jefes y le dijo que quería conocer los diferentes puntos de vista les pidió que tuvieran confianza a pesar de su presencia, que ésta reunión era para mejorar las cosas en la empresa y sacarla adelante. Ellos comentaron lo siguiente:

El jefe de producción nosotros elaboramos las prendas que nos envía diseño aunque nosotros realicemos algunos cambios por que las instrucciones no son muy claras.

El jefe de diseño contesta nosotros nos basamos en lo que el público demanda solo que tenemos un presupuesto austero para investigación y desarrollo de productos pero cuando lo hablo con el Gerente, como es una persona muy ocupada y la secretaria siempre le esta pasando recado o entran llamadas y no a dicho nada en concreto solo que si tiene mayor presupuesto.

El jefe e recursos humanos comento por mi parte, la capacitación programa para los siguientes meses choca mucho con los horarios de jornadas extras, y esto ocasiona reprogramaciones que cuestan.

El jefe de producción argumenta que él paso el plan de trabajo para que se consideren las fechas de capacitación, al parecer no fue recibido a tiempo.

El jefe de comercialización dice que continúan los retrasos en la entrega de productos ya que al parecer cuando pasan el pedido a producción no se registran las fechas probables de entrega.

El jefe de producción dice que analizará este punto con los responsables de su área.

El jefe de recursos humanos también comenta que en el buzón de sugerencias existen inconformidades, ya que, la última exposición de la situación financiera los empleados de la empresa no comprendieron muchos de los conceptos.

El gerente le dice tenemos un problema de comunicación muy fuerte para lo cual tendremos otra reunión en donde estableceremos medidas correctivas para cada departamento, por lo que les encargo una propuesta.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

Cada equipo presentará un reporte que contenga lo siguiente:

- a) Que barreras de comunicación encuentra en el caso
- b) Una propuesta de cómo superarlas
- c) Y que tipo de comunicación recomienda para mejorar esté en la empresa

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD V

DIRECCIÓN

PRÁCTICA No. 30

NOMBRE: LIDERAZGO

OBJETIVO: Que el alumno comprenda que es un líder, que es lo que las organizaciones esperan de sus líderes, cuales son las fuentes de poder, y conozca las diferentes teorías de liderazgo para desarrollar la habilidad de liderazgo en el transcurso de su carrera.

INTRODUCCIÓN: ¿Qué es el liderazgo? Para empezar un líder es alguien que influye en otros para alcanzar objetivos. Cuanto mayor sea el número de seguidores mayor será la influencia. Y mientras más exitosa sea la forma de alcanzar metas valiosas más evidente será el liderazgo. (Bateman/Snell: 434)

Existen diferentes enfoque del liderazgo entre estos están el enfoque basado en las características que busca determinar las características personales que comparten los grandes líderes; otro es el enfoque conductual una perspectiva que pretende identificar lo que los buenos líderes hacen es decir que comportamientos muestran. Con respecto al desempeño de tareas. Comportamiento de mantenimiento de grupo, otra teoría es la intercambio miembro-líder (LMX) que destaca la importancia de los comportamientos del líder no solo para con el grupo en su conjunto si no para con los individuos de manera personal (Bateman/Snell: 445). También es importante considerar el enfoque situacional que tiene como perspectiva el que no existen rasgos de comportamiento universalmente importantes y que el comportamiento de liderazgo efectivo varía de una situación a otra. (Bateman/Snell: 446).

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad 5 Dirección, subtema 5.6 Liderazgo-Supervisión

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: Casos

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS:

Se formarán equipos para analizar los diferentes enfoques de liderazgo pueden llevar bibliografía, que el docente recomendará y consultarla para realizar la práctica.

I. SEGURIDAD STRONG S.A.

José Reynaldo León gerente de la empresa desde hace 5 años la ha hecho crecer en un 40%. Su mercado se concentra en los diferentes municipios del

estado de México. Tiene una plantilla de empleados de 250 entre guardias y administrativos.

Cuando reestructuró a la empresa no busco centralizar las operaciones mas bien al contrario dotó a la empresa de un liderazgo que da soporte a toda la empresa capacitando a los coordinadores de zona como a los guardias en jefe que tiene a su mando entre 20 y 30 guardias.

Y aunque existen procedimientos bien definidos manejan el empowerment y un sistema de delegación bien definido. Realiza una junta mensual con los coordinadores de zona y jefes de guardia así como con los jefes de recursos humanos para establecer metas y todos pueden hacer propuestas y sugerencias para que los objetivos que den perfectamente claros, a cada guardia en jefe le hace énfasis en la disciplina de los guardias para cumplir con las empresas que los han contratado no descuidado por ningún motivo el trabajo por eso cuando alguno tiene un problema para cubrir su guardia otro compañero puede hacerlo y después reponerle el día a ese compañero pero debe avisar a su jefe inmediato, también se ha preocupado por la selección de personal realizado exámenes psicométricos y revisando el perfil de cada empleado ofrece también la capacitación a su personal clases de preparatoria abierta y a los jefes cursos de dirección, trabajo en equipo, y otros como inteligencia emocional, desarrollo personal y desarrollo profesional en el ámbito de la seguridad.

Todos los empleados pueden aportar ideas sin importar el nivel estructural en el que se encuentren lo pueden hacer personalmente o por el buzón de sugerencias.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

El equipo analizar y contestara las siguientes preguntas correspondientes al caso.

- a) En que teorías esta basando el gerente para definir su liderazgo
- b) De acuerdo a la rejilla de Blake /Mount como ubica usted al gerente
- c) ¿Un líder tendrá que ser forzosamente protagónico?
- d) ¿Las características físicas son indispensables para ser un buen líder?
- e) ¿Cuales fuentes de poder considera que son necesarios que deben tener los coordinadores de zona y los jefes en guardia?

UNIDAD VI

CONTROL

PRÁCTICA No. 31

NOMBRE: PRINCIPIOS DE CONTROL

OBJETIVO: El estudiante comprenda y aplique los principios básicos del control en situaciones reales.

INTRODUCCIÓN

La aplicación racional del control debe fundamentarse en los siguientes principios en los siguientes:

Equilibrio. A cada grupo de delegación conferido debe proporcionarse el grado de control correspondiente. Estableciendo los mecanismos necesarios.

De los objetivos. El control es un medio y se lleva acabo en función de los objetivos establecidos, por ello se deben establecer metas claramente definas, para poder evaluar la actuación al respecto.

De la oportunidad. El control debe llevarse acabo antes de que sucedan las desviaciones ya que si se efectúa después, afectaría de manera importante el logro de los objetivos.

De las desviaciones. Cuando existe o se detecta alguna desviación en la persecución de los objetivos, se debe identificar la causa para prevenir o corregir y que suceda nuevamente.

De excepción. El control debe aplicarse las actividades más representativas utilizando métodos estadísticos o aleatorios. A fin de reducir costo y tiempo.

De la función controladora. No se puede ser juez y parte ya que el control seria subjetivo, es necesario que la función controladora se independiente de la función que controla.

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad 6, Control, subtema 6.1 Concepto, importancia y principios

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: Casos

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se formaran equipos de cinco personas se les pedirá que revisen los principios de control y se expondrán en el salón antes de resolver el caso.

I. COSTUSHOP

Esta empresa de origen mexicano nació de la experiencia de otros mercados internacionales (España, Estados Unidos y Venezuela) Dado que ese concepto no existía en México, se comenzó a trabajar para su instrumentación. La primera unidad se abrió en el perímetro de la tienda Wal-mart de Metepec estado de México en 2003. Pero fue hasta 2004 que inició su plan de expansión a través de franquicias.

Costushop es una franquicia dedicada al arreglo y transformación de ropa. Ofrece una inversión segura, ya que se encuentra en un giro altamente demandado. Los ingresos aproximados que tiene un franquiciatario van de 20,000 a 25,000 pesos mensuales. Actualmente, esta marca tiene 30 unidades funcionando, de las cuales dos son propias y el resto franquicias. En el interior del país se encuentra 6 y en el distrito federal 24 unidades.

Su crecimiento dentro del mercado no se ha detenido: en 2008 abrió ocho puntos de venta y en 2009 seis. Para 2010 prevé la apertura de al menos tres más. Su filosofía ubicarse en puntos estratégicos y acompañarse un demandado servicio, le ha permitido evitar el cierre de alguna unidad, hecho que genera confianza y seguridad en los posibles inversionistas.

Costushop, firma con 7 años de experiencia en el Mercado satisface las necesidades de los inversionistas a través de dos diferentes modelos. Uno se orienta a las zonas de nivel socioeconómico medio y el otro a las de nivel socioeconómico alto para el primero se necesita una inversión de 300 mil pesos y para el segundo una de 350 mil a 400 mil pesos (dependiendo de la ubicación del local y de los costos para su acondicionamiento), ambos ya incluyen la cuota de franquicia y la transición integra del Know-how mediante manuales operativos y capacitación inicial, apoyo en la búsqueda del personal y el local que como requisito debe medir 15 metros cuadrados como mínimo y de hasta 40 metros cuadrados como máximo, acondicionamiento del mismo, mobiliario maquinaria de ultima generación, insumos iniciales, campañas permanentes de publicidad y asesoría técnica constante; en ambos casos se considera el concepto de llave en mano, donde se entrega la unidad lista para operar.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

Presentar un informe que contenga lo siguiente:

- a) Que indicadores incluiría para evaluar el desempeño anual de la franquicia considerando los principios de control.
- b) Como mediría la satisfacción de los clientes que acuden a la franquicia

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD VI

CONTROL

PRÁCTICA No. 32

NOMBRE: PROCESO DE CONTROL

OBJETIVO: El estudiante aplique el proceso de control en las diferentes áreas o niveles de la empresa.

INTRODUCCIÓN. El control esta compuesto por etapas interrelacionadas para que éste sea eficaz y eficiente. Las etapas del control son las siguientes:

- **Establecimiento de estándares.** Un estándar puede ser definido como una unidad de medida que sirve como modelo, guía o patrón con base en la cual se efectúa el control. (Münch/Garcia; 94:178). Son los resultados que la empresa pretende alcanzar o sea los objetivos. se debe controlar las áreas básicas, así como las áreas clave, como calidad del producto, desarrollo de personal, posición del mercado, productividad entre otras.
- **Medición de resultados.** Consiste en medir los niveles del desempeño que pueden ser en diferentes unidades, los datos relativos al desempeño pueden obtenerse de tres diferentes formas que son: informes escritos. informes orales u observación personal.
- **Comparación del desempeño.** con el estándar. El administrador evalúa el desempeño para detectar si existe alguna desviación. Es importante aplicar el principio de excepción, que dice que los administradores que supervisan deben concentrarse en lo más importante.
- **Establecimiento de medidas correctivas.** este cuarto paso consiste en tomar medidas apropiadas donde hay desviaciones significativas. Este paso garantiza que las operaciones se ajusten a lo planeado. La selección de la acción correctiva depende de la naturaleza del problema. (Bateman / Snell;2009:577-579)

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad 6, Control, subtema 6.2 Proceso de control

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: Casos

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS:

Se formaran equipos de 5 alumnos analizarán los tipos de control así como, las técnicas y herramientas de control, se podrán revisar diferentes bibliografías para la resolución del caso.

I. REFRESCOS DEL NORTE

Es una empresa mexicana que distribuye su mercado precisamente es la norte de la republica ya con 10 años de experiencia pretende incursionar al mercado nacional para ello esta revisando varios aspectos y encontró en una situación preocupante a pesar de que son muy estricto con la elaboración del producto, la situación es la siguiente:

Cuando se va hacer una corrida de producción de algún producto intervienen varios departamentos entre ellos el que manda la mezcla, el que manda el agua, el que manda el CO₂, así como el que envía las botellas, cada uno tiene sus parámetros de control de calidad.

En producción se recibe la mezcla ya preparada y se hacen pruebas antes de arrancar la corrida de producción se revisa, el sabor, el color, el peso, la botella, el etiquetado, cuando todo esta de acuerdo al estándar se inicia la producción.

Una vez arrancado, el proceso el analista de calidad toma, de la línea de producción 5 refrescos de forma aleatoria, cada media hora para hacer las

pruebas correspondientes, cuando se encuentra una desviación se detiene el proceso para detectar el total del producto que tiene la desviación y retirarlo. La revisión se hace de la siguiente forma: si se detecta la desviación por ejemplo a las 9:00 y la anterior revisión fue a las 8:30 donde no se encontró desviación, se deberá revisar el lote producido entre las 9:00 y las 8:30. Es como se monitorea el proceso.

El suministro del envase lo hace una empresa que está dentro de la misma pero trabaja en forma independiente y es ahí donde han sido detectadas varias desviaciones que preocupan a la empresa.

Se identificaron los siguientes datos: El lote que se produjo fue 2,000,000 botellas, fecha del 1 de dic. Al 5 del 2010, lote número 2567, etapa de fabricación, inspección final; tipo de desviación detectada: botella aplastada 30; (plástico no transparente) mal etiquetado 20, inyección del plástico fuera de lugar 40, botella rallada 10; tamaño de la muestra 2000.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

El equipo presentará un reporte que contenga lo siguiente:

- a) Explique cómo maneja su proceso de control fundamentado en su respuesta
- b) Qué enfoque de control utiliza esta empresa considerando el control preliminar, concurrente y de retroalimentación.

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

UNIDAD VI

CONTROL

PRÁCTICA No. 33

NOMBRE: **TÉCNICAS DE CONTROL**

OBJETIVO: El estudiante podrá aplicar las herramientas estadísticas básicas en diferentes problemas que se detecten en la empresa, para poder ofrecer soluciones.

INTRODUCCIÓN

TEMA Y SUBTEMA RELACIONADO QUE SE CUBRE:

Unidad 6, Control, subtema 6.7 Técnicas de control

MATERIAL Y EQUIPO NECESARIO

Internet, cañón, rotafolio, bibliografía

MÉTODO: Casos

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS: Se deberá estudiar en clase las diferentes técnicas de control realizando algunos ejercicios prácticos antes de resolver el caso auxiliándose de la bibliografía correspondiente.

I. ¿Es posible medir las desviaciones?

Con respecto al caso anterior en el último apartado en donde se detectan las desviaciones en el departamento donde se elaboran las botellas realizar un análisis utilizando las herramientas de control.

REPORTE DEL EQUIPO. (RESULTADOS)

El equipo deberá presentar que

- a) Elabore una Hoja de Registro
- b) Un diagrama de Pareto
- c) Un diagrama de Causa–Efecto

BIBLIOGRAFÍA 2, 3, 4, 5, 7

FUENTES CONSULTADAS

1. Aceves Hernández Omar Edén. 2009 "Diseño e Implementación del Procedimiento General de Capacitación para una Empresa Fabricante de Confeitería. Opción VII. Memoria de Experiencia Profesional I.T.T.
2. Bateman Thomas S. y Snell Scott A. "Administración" Ed. Mc. Graw Hill, 2009
3. Harold Koontz, y Heinz wehrich y Mark Cannice "Administración" Ed. Mc. Graw Hill, 2008
4. Hernández Pérez Petra "Administración aplicada" ECAFS.
5. Hernández y Rodríguez Sergio. 2002. Administración. Pensamiento, proceso, estrategia y vanguardia. Mc Graw Hill.
6. Hernández y Rodríguez Sergio "Introducción a la Administración" Mc Graw Hill 2006
7. Münch, Galindo Lourdes 2001. "Fundamentos de Administración". Editorial Trillas.
8. Revista Inversionista No. 277 septiembre 2 10
9. Revista Entrepreneur Número 07, Julio 2010.
10. Revista EXPANSIÓN. No. 988 908 Abril, 2008
11. Revista EXPANSIÓN. No. 1046 Agosto, 2010
12. Robbins Stephen P. y Coulter Mary "Administración" 2005 Editorial Person Prentice Hall.
13. Daft, Richard L., 2004. Administración. Sexta Edición. Thomson.
14. Stoner, James A.F., y Freeman, R. Edward. 2000. "Administración." Prentice Hall Hispanoamericana