

Notas de gestión empresarial

Lara Xocuis Martha Denisse

23 de agosto de 2023

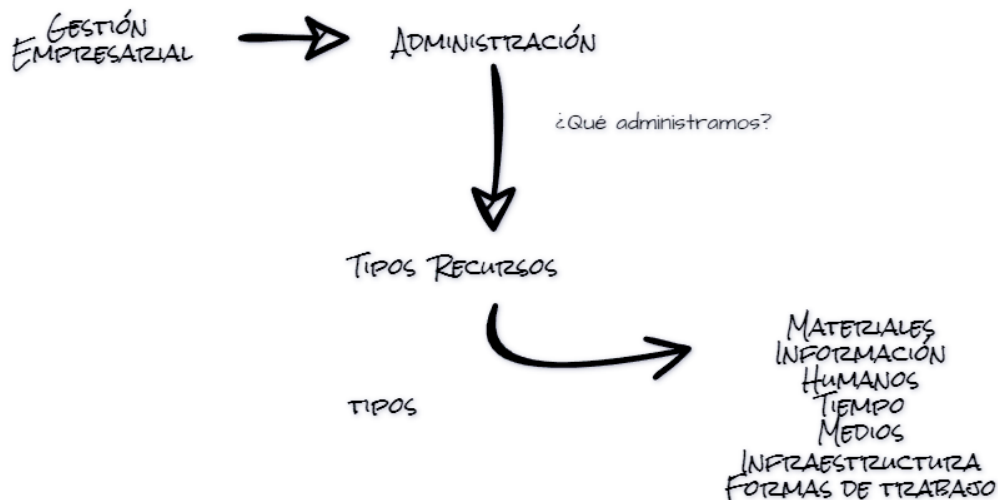
1 Introducción de la materia

Nombre de docente: Juana Gabriela. 22 91 45 97 57 (contacto)

Evaluación:

Evidencia diaria	20%
Tareas	40%
Proyecto	40%

Gestionar quiere decir seguir un proceso, enfoque de una administración más amplia.
Podemos tomar la estructura como la siguiente:



Lara Xocuis Martha Denisse.

Clase de 24 de agosto de 2023.

2 ¿Es el beneficio la medida de la eficiencia?

El **beneficio** es una relación entre el ingreso, ventas, costo de producto, mermas, desperdicios, ingresos, número de empleados, demanda de productos e inventario. Podemos decir que si, el beneficio es la medida de la eficiencia.

Palabras clave de estrategia : plan, fin, proceso, tiempo determinado, recursos, objetivo/meta.

Definición propia de estrategia dentro del ambito empresarial/administración.

Una estrategia es un proceso el cual se toman en cuenta de forma minuciosa los recursos y tiempo para alcanzar una meta determinada. Esto nos ayuda a ver de una forma más objetiva, amplia y optimizada todo lo que está a nuestro alcance para poder llevar a cabo el plan a realizar dicha meta.

Definición más acertada de estrategia. (investigación)

- Una estrategia se define como actividades de planeamiento a largo plazo, guiadas por valores definidos y constantes en el tiempo. Este mismo contribuye a actividades ordenadas y con un propósito.

-Fundamentos de gestión empresarial pag. 42 [LIBRO]

Entre los diferentes autores que definen la "estrategia", a continuación los que más me parecieron interesantes:

- Alfred Chandler (historiador de la economía estadounidense, 1962, p.13) que la define como "la determinación de los objetivos básicos a largo plazo y los fines de una empresa, la adopción de cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para alcanzar estos objetivos"
- Una muy conocida y celebrada es por Kenneth R. Andrews, para el "la estrategia es el patrón de los principales objetivos, propósitos o metas, políticas y planes esenciales para conseguir dichas metas, establecidos de tal manera que definan en qué clase de negocio la empresa está o quiere estar y qué clase de empresa es o quiere ser" (escribió el pensamiento sobre la política de negocio o estrategia corporativa en la Escuela de Negocios de Harvard, 1977, p-59)

- En torno al concepto de estrategia. Díez de Castro, Emilio Pablo Martín Jiménez, Francisca de Asis . Universidad de Sevilla. Departamento de Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing) Artículos (Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados(Marketing). 1992) [ARTÍCULO]

Definición propia de cliente

El cliente es la potencia de la empresa, su forma de visión, manejo y adaptación de estrategias que se deben replantear con el fin de satisfacer las necesidades de dicho cliente.

Lara Xocuis Martha Denisse.

Clase de 25 de agosto de 2023.

3 El cliente

Punto medular de la riqueza de la empresa.

UV Clase (E.E) → entrada de alumnos y maestr@, se necesita:

- Aprobar
- Aprender
- Madurez

Para lograr estos objetivos es importante tener en cuenta que el maestr@ y alumno necesitan para el proceso:

- Estudiar
- Enseñanza
- Asistencia
- Atención
- Participación
- Compromiso mutuo
- Tarea. Evidencia

Alumnos (**Cientes con requisitos**), ¿qué quieren?

- Más comunicación, participación
- Más dinámica entre clases
- Integración del grupo, integración mutua
- Clases amenas, no aburridas
- Material
- Tareas, proyectos necesarios
- Convivencia respetuosa
- Compromiso
- Disciplina

4 VALOR.

- ¿Qué es el valor?. El valor creado para el cliente es la diferencia entre el valor que éste asigna al producto o servicio -el máximo que estaría dispuesto a pagar - y el precio que realmente abona por él. Se le puede decir también como la importancia que se le concede a una cosa o acción determinada.
- ¿Qué es crear valor para el accionista?:
- ¿Cuál es el valor de esta clase? Pararse temprano y optar con una actitud de responsabilidad, tener puntualidad y dedicarle el tiempo necesario a la clase, es decir, estar dispuesto a tener ciertos sacrificios para un mejor alcance.

Tarea 1. Lara Xocuis Martha Denisse. 26/08/23

1. Diferencias existentes entre una organización que busca beneficios y otra que no.

organización que busca beneficios	organización que no busca beneficios
<ul style="list-style-type: none">• Buscan innovar, mejorar y crecer• Tener mejores servicios• Aumentar ingresos• Impulsar la gestión de la empresa• Se valen de recursos materialistas	<ul style="list-style-type: none">• Objetivo del tipo social y altruista• Suele ser voluntario• No buscan recaudar ingresos para un beneficio propio (como accionistas)

2. Cite algunos ejemplos de ambas y describa brevemente las diferencias más importantes.

- Coca cola (en busca de beneficios): Ingresos dominantes en base a sus productos, producen y comercializan de forma global, emplean una jerarquía dentro de las distribuciones de trabajo en la empresa, reparten las ganancias entre sus empleados y con eso potencializan la empresa para buscar más objetivos con el fin de imponerse contra la competencia.
- Greenpeace (no busca beneficios): reciben donaciones o acciones caritativas para ayudar contra el calentamiento global, consumismo y el cuidado ecológico, tienen una administración y desempeño transparente, es humanitario/activista y busca fortalecer la integración de las comunidades, no obtienen ganancias materialistas para su propio beneficio

3. Realice además un breve comentario sobre como puede una organización no orientada a beneficios distribuir recursos a la sociedad en general.

Comúnmente buscan recaudar donaciones o aportaciones que las personas les dan de manera individual con el fin de invertirlo para solucionar ciertos problemas sociales sin tener un compromiso económico o político, estas donaciones no solo pueden ser dinero, también suele ser el tiempo en que aportan las personas de forma voluntaria en donde comunmente se realizan movimientos activistas.

4. ¿Podría describir usted algún ejemplo de alguna empresa que haya alcanzado un producto nuevo al mercado y la repercusión que este ha tenido en la calidad de vida de las personas?

En cuestión de tecnología podemos hablar de las primeras computadoras lanzadas al mercado por UNIVAC (NIVersAl Computer) en 1951, aunque ya se había creado el primer ordenador desde antes, esta compañía y en conjunto de General Electric fue la primera en comercializarlas. Su impacto tecnológico fue tan grande que hoy en día existen distintas empresas en función de competencia para crear portátiles y diversos dispositivos inteligentes que cada día son más optimizados. Afortunadamente este producto tuvo mucho éxito por lo que en la actualidad podemos decir que una computadora es casi indispensable para nuestro día a día.

Es importante reflexionar sobre los problemas de INTRODUCIR nuevos productos en el mercado. Imagínese que usted es el director de marketing de una empresa que desea lanzar al mercado una nueva forma de producir energía eléctrica, por ejemplo un generador de energía solar para granjas y fábricas.

¿Cuáles serían las ventajas para los usuarios?

- La optimización de producción respecto a los proveedores de energía, productos más "organicos" respecto a su creación (en cuestión de fábricas.)

¿Qué problemas existirían para mantener las instalaciones?

- Tomando en cuenta en cuantos se necesitan para empezar a comercializar, se pueden tener problemas de producción en cuestión de materiales y precios, si se enfocan en reducir costos de proveedores de materiales solo para no hacer inversiones tan grandes -como ejemplo- la calidad de los generadores baja y eso puede venir junto a un mal funcionamiento en los productos, y por tanto, bajan las ventas. Es por eso que la mayoría de productos son muy elevados de precio, sin embargo, si resulta muy beneficioso para los clientes obtener dichos productos, entonces habrá una empresa estable.

¿Qué métodos emplearía para eliminar o reducir los problemas de lanzamiento?

- Contar con buena publicidad y marketing, buenos accionistas, materiales y premisas favorables para los clientes.

Preguntas

1. ¿Con qué recursos cuenta una empresa para obtener beneficios? Accionistas, capital de base para invertir y potencializar otras cosas, manufactura, empleados, maquinaria, infraestructura.

2. ¿Cuál es la diferencia entre una organización privada y otra del sector público? La del sector público comúnmente es parte del gobierno, invierten con el fin de dar mejores instalaciones y dar servicios a la comunidad. Por otra parte las de sector privado se basan en su propia estrategia para sus propios beneficios con el fin mantener su sostenibilidad y competencia en el mercado

3. ¿Qué motivaciones crean los beneficios en un empresario? A seguir invirtiendo e innovando cosas, se mantienen en una actitud enfocada al crecimiento de su empresa.

4. ¿De qué forma contribuyen los beneficios de una empresa en el bienestar de la sociedad? En ofrecer mejores empleos y productos en cuestión de salario y calidad. También parte de las ganancias de la empresa pueden aportar mejores servicios e infraestructuras para nuevos productos, gracias a esto suelen originarse muchas formas de estrategias de marketing y distribución.

5. ¿Cómo crea sus clientes una empresa? Una empresa se moldea en base a los beneficios que espera conseguir el cliente, esta debe identificar las necesidades y las formas de tratarlos como es debido, debe tratar por todos los medios en que un cliente se sienta satisfecho,

6. ¿De qué forma afrontará la empresa los cambios que se están produciendo? Gracias al marketing y la innovación se puede investigar de forma minuciosa el mercado mediante un análisis sobre el perfil de los clientes, cosas sobre tendencias de consumo, su competencia, publicidad, diseño o acciones de producción deben ser su foco para las oportunidades que desean en el futuro.

7. ¿Cómo afectan los cambios económicos en la gestión de una empresa? En la gestión de productos, servicios y financiación de compras por clientes.

8. ¿Cuáles son las responsabilidades de un empresario en materia de Marketing? Análisis sobre perfiles de los clientes, actitudes sociales, conductas psicológicas y tendencias de compras. También sobre el diseño de políticas de precios y productos, envasado, comercialización y logística.

9. ¿Cuál es la diferencia entre invención e innovación?

- **invención:** diseño y desarrollo de nuevas tecnologías, y por ende, nuevos productos.
- **innovación:** evolución económica de la empresa sobre las oportunidades en las que basa su futuro.

Lara Xocuis Martha Denisse.

Clase de 30 de agosto de 2023.

Definición de Administración

La definición es un **proceso** :

- Planear
- Organizar
- Dirigir
- Controlar

¿Qué es un organigrama? Dibujo de líneas de dirección de la empresa. → ¿Dónde está el administrador? → ¿Por qué está ahí?

Habilidades y competencias de un Administrador

- Perfil del puesto
- Instrumento de evaluación a candidatos (puede haber más de uno)

FAURECIA

1. Investigar faurecia
2. Habilidades y competencias de un administrador
3. Diseñar perfil de puesto, investigar que es, formato, creación
4. Como evaluar los candidatos

ENTREGABLES

. 1 archivo PDF

- Portada → índice
- Introducción
- Hablar de faurecia
- Competencias y habilidades del administrador de Faurecia. ¿Por qué?
- Diseño del perfil. Explicación
- Formato (Dibujo) - ¿Qué esperamos de este formato?

- Instrumentos de evaluación a candidatos (entrevistas, exámenes psicométricos, etc) se tienen que justificar este tipo de instrumentos
- Conclusiones individuales
- Aprendizaje individual de la actividad
- Bibliografía
- Anexos