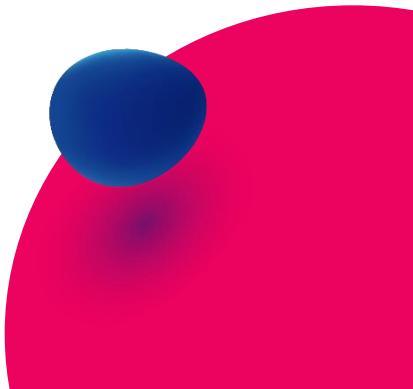




 SANJOSÉ
FUNDACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



GERENCIA Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA





ÍNDICE

- 1 CONSULTORÍA DESDE EL DESARROLLO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL
- 2 CONCEPTOS
- 3 EJEMPLOS APLICADOS
- 4 CONCLUSIONES



¿QUE ES ORGANIZACIÓN ?



- Acción y efecto de organizar u organizarse
- Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines
- Conjunto de oficinas

Bibliografía <https://www.rae.es/desen/organizaci%C3%B3n>



¿ QUE ES ORGANIZACIÓN ?



Las organizaciones pueden definirse como unidades sociales o agrupaciones humanas deliberadamente construidas o reconstruidas para alcanzar fines u objetivos específicos.



CARACTERISTICAS DE LAS ORGANIZACIONES



Grupo de personas: toda organización se conforma por dos o más personas por cuanto se crean por la voluntad conjunta de quienes las integran, o por una ley específica (para el caso de los organismos públicos, por ejemplo).

Bibliografía <https://unlp.edu.ar/wpcontent/uploads/46/27446/e0adc2b174b18ae3438092b6d1e4748c.pdf>



CARACTERISTICAS DE LAS ORGANIZACIONES



Fines, objetivos, metas: este grupo de personas trabaja para lograr determinados propósitos (fines, objetivos y metas) organizacionales, grupales e individuales.



CARACTERISTICAS DE LAS ORGANIZACIONES



Actividades: las personas que integran una organización “trabajan”, o sea, desarrollan tareas que reunidas por su similitud o afinidad, conforman diferentes actividades.

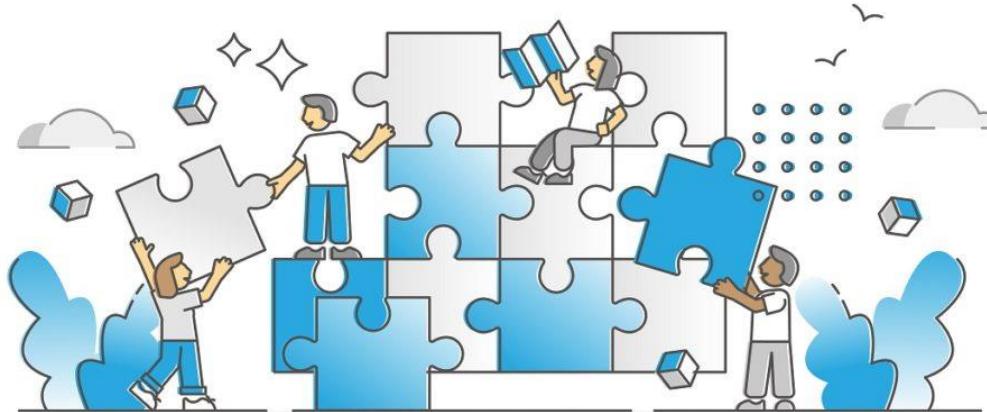
Estas tareas pueden ser remuneradas o no.

En el primer caso son las que se llevan a cabo comúnmente en las empresas o en los organismos públicos.

Las no remuneradas se desarrollan especialmente en las organizaciones como asociaciones, fundaciones, etc.



CARACTERISTICAS DE LAS ORGANIZACIONES



División del trabajo, división del poder y de la responsabilidad en las comunicaciones: hace referencia a las diferentes actividades que conforman una organización y a los diferentes niveles jerárquicos que integran sus estructuras, como así también a los tipos de responsabilidad en la emisión de mensajes, acorde a los cargos y niveles de la estructura.



CARACTERISTICAS DE LAS ORGANIZACIONES



Orden normativo: esta característica está vinculada con el ordenamiento interno que requiere el funcionamiento de una organización, las normas y procedimientos que rigen el desarrollo de sus actividades, o sea que es un concepto que también está relacionado con la estructura organizacional.



CARACTERISTICAS DE LAS ORGANIZACIONES



Límites: las organizaciones tienen límites que las separan del contexto o ambiente en el cual están insertas.

Estos límites no siempre están bien definidos y a veces es necesario distinguir con mayor precisión los elementos que pertenecen a la organización de aquellos que se encuentran en el ambiente externo a la misma.



CARACTERISTICAS DE LAS ORGANIZACIONES



Trascendencia, más allá de las vidas de sus miembros: por los motivos expuestos anteriormente las organizaciones siguen subsistiendo más allá del tiempo de vida de quienes las crean.

CARACTERISTICAS DE LAS ORGANIZACIONES



Medio, ambiente o contexto: las organizaciones actúan en un ambiente determinado con factores políticos, económicos, sociales, culturales, etc., que son diferentes de un entorno a otro.

Las variables del contexto ejercen influencia en las organizaciones y éstas a su vez también influyen en el medio en el que actúan.



CARACTERISTICAS DE LAS ORGANIZACIONES



Culturalmente aceptadas: esta consideración está vinculada al hecho de que las actividades desarrolladas por las organizaciones no solamente deben ser lícitas (para ello interviene el Estado como ya lo hemos expresado) sino que además culturalmente deben ser aceptadas para satisfacer una necesidad social que no se contraponga con principios morales ni religiosos del ambiente donde actúa y se adecue a sus costumbres.



TIPOS DE ORGANIZACIONES

- Empresas
- Organismos Públicos
- Organizaciones de la sociedad Civil
- Cooperativas

TIPOS DE ORGANIZACIONES - EMPRESA



Está asociada al desarrollo de un proyecto o acción determinados asumiendo un riesgo.

Para su conformación entonces, se requiere que una o varias personas inviertan su capital.

TIPOS DE ORGANIZACIONES – ORGANISMOS PUBLICOS



Son organizaciones creadas por el Estado en sus tres niveles de gobierno: nacional, provincial y municipal, y que pertenecen a los tres poderes: ejecutivo, legislativo y judicial.

TIPOS DE ORGANIZACIONES – ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL



Organizaciones No Gubernamentales (O.N.G),
Organizaciones del Tercer Sector u Organizaciones
de la Sociedad Civil

Son organizaciones que forman parte del sistema
social.

Se las denomina del Tercer Sector precisamente
porque
no son empresas, ni forman parte del Estado.

Son privadas y voluntarias, o sea no forman parte
del Estado y son creadas para actuar en el sistema
social (clubes, fundaciones, sociedades de
beneficencia, comedores para carenciados,
mutuales, etc.), o

para actuar sobre el sistema político o económico
(partidos políticos, asociaciones de defensa de
consumidores, sindicatos, colegios y consejos
profesionales, cámaras empresariales, etc.).





TIPOS DE ORGANIZACIONES – COOPERATIVAS



Pertenecen al sistema económico como las empresas, ya que producen y venden productos o prestan servicios, poseen características muy distintas a estas últimas.

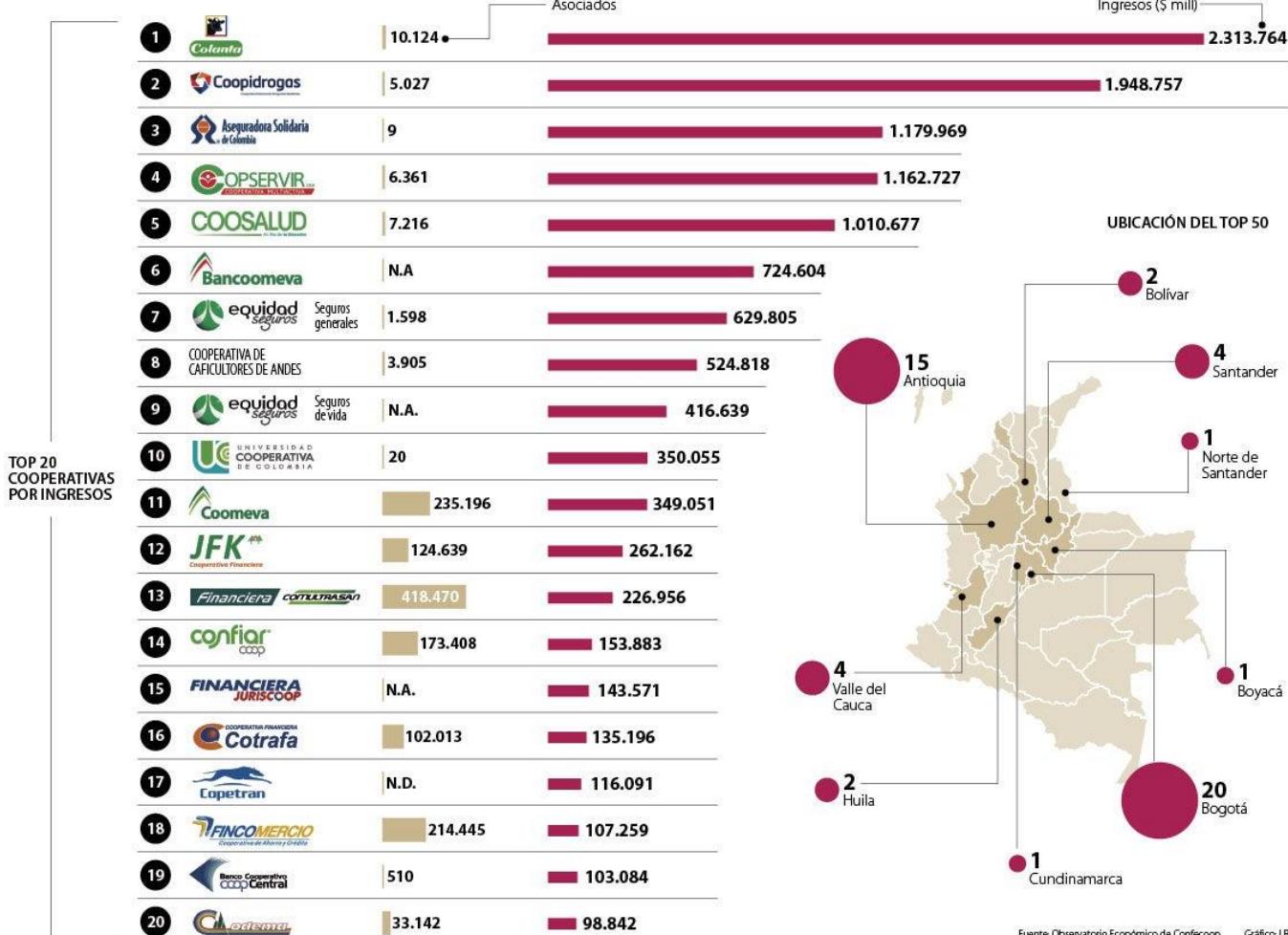
Principalmente en los aspectos referentes a la administración (toma de decisiones) y en el funcionamiento interno.

Son agrupaciones de personas, que sin tener espíritu de lucro ni interés especulativo, se reúnen para perseguir objetivos comunes y obtener un mejor bienestar.

TIPOS DE ORGANIZACIONES – COOPERATIVAS



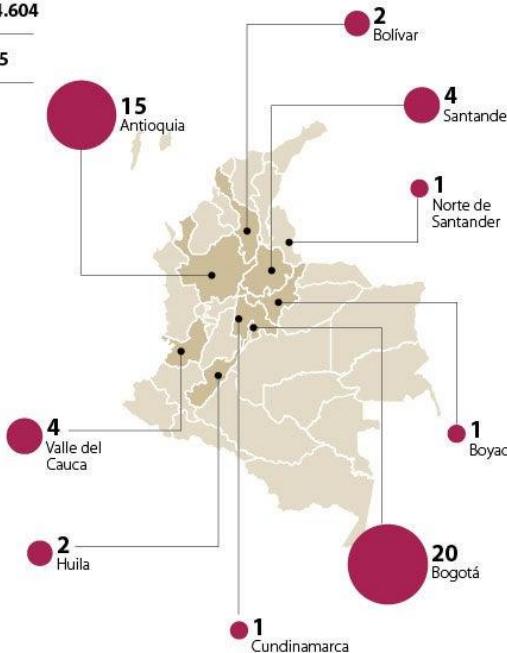
ESTAS SON LAS COOPERATIVAS MÁS GRANDES DE COLOMBIA



Ingresos (\$ mil)

Asociados

UBICACIÓN DEL TOP 50

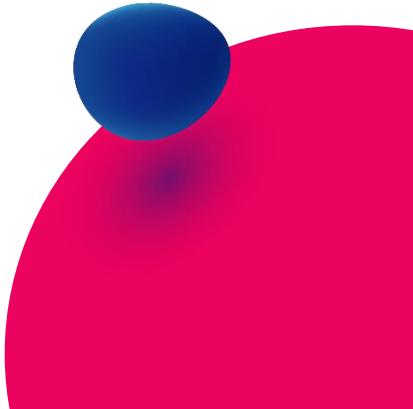


Fuente: Observatorio Económico de Confecoop | Gráfico: LR-GR



La organización constituye una *institución social*, es decir, una agrupación humana que requiere de ciertas normas y de un orden para convivir de manera adecuada y concretar sus objetivos.

Esos aspectos se establecen mediante una cultura organizacional que le permite a una organización desempeñarse y perdurar en el tiempo.





CULTURA ORGANIZACIONAL



Factor clave del éxito de una organización.

Es el resultado de un proceso donde los miembros de la organización interactúan en la toma de decisiones para la solución de problemas inspirados en los principios, valores, creencias, reglas y procedimientos que comparten y que se han incorporado en la organización.



CULTURA ORGANIZACIONAL



- La cultura organizacional incluye los valores, creencias y comportamientos que se consolidan y comparten durante la vida empresarial.
- Es la manera como las organizaciones hacen las cosas, como establecen prioridades y dan importancia a las diferentes tareas empresariales, además de incluir lo que es importante para la organización.
- La cultura influye en la manera como los gerentes resuelven las estrategias planteadas.
- Es una de las mayores fortalezas de una organización si coincide con sus estrategias.

¿COMO SE FORMA LA CULTURA ORGANIZACIONAL?



Se tienen en cuenta los siguientes elementos:

- Los fundadores.

Incorporan a las empresas sus iniciativas, principios, prioridades, la comprensión que tienen de la organización.

- El estilo de dirección.

El estilo de la alta gerencia fija el tono de las interacciones entre los miembros de la organización, influye el sistema de comunicaciones, la toma de decisiones y la forma de dirigir el sistema total.

- La claridad de los principios organizacionales.

Las organizaciones deben hacer explícitos los principios y valores que inspiran su vida organizacional.

Deben ser divulgados y ser consecuentes con ellos.

Así se crea la cultura viviendo los valores en cada decisión y en cada operación organizacional.

- Autonomía individual – Empowerment

El grado de responsabilidad. Independencia, autonomía y creatividad permitida a los miembros de la organización también crea cultura .

Los niveles y grados de centralización o descentralización en la administración generan contextos culturales diferentes.



¿COMO SE FORMA LA CULTURA ORGANIZACIONAL?



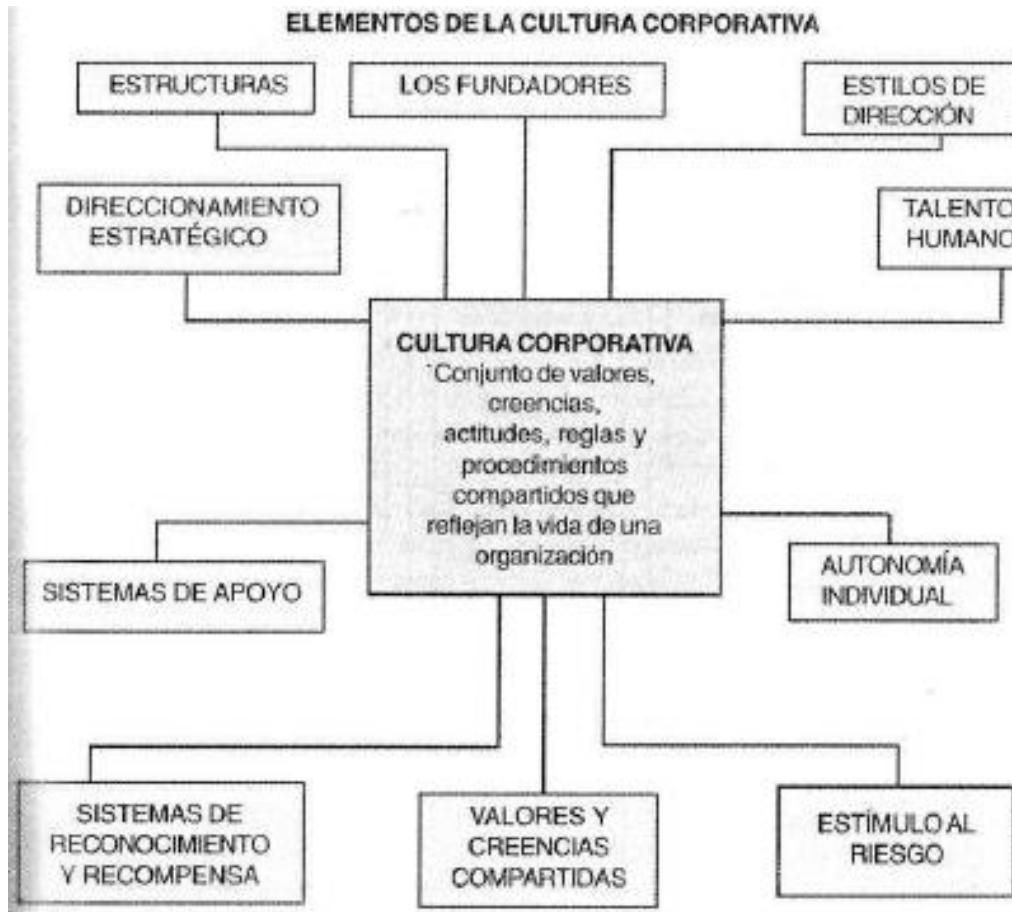
- Estructura, la estructura organizacional crea cultura; hay estructuras altas que requieren abundantes normas y procedimientos, las cuales necesitan supervisión directa y permanente control sobre el comportamiento de los miembros de la organización.
Las estructuras deben compaginar con las estrategias.
- Sistema de Apoyo, la cultura de una organización también se define por las situaciones de apoyo o la infraestructura de que dispone la empresa.
el manejo y la distribución de la información crea cultura, unas son manuales y otras automatizadas; salir de una cultura basada en papeles a una apoyada en la información es un paso cultural de gran trascendencia.
- Sistema de recompensas, reconocimientos y sanciones
La manera como una organización incentiva, evalúa, reconoce o sanciona a sus miembros crea cultura.
Los sistemas de evaluación de oficio y desempeño, las formas de remuneración, los sistemas de promoción y ascenso, los procedimientos de sanción son elementos
que contribuyen a la formación de una cultura organizacional.

¿COMO SE FORMA LA CULTURA ORGANIZACIONAL?



- Estimulo al riesgo hay organizaciones que limitan y generan en sus ejecutivos el temor frente al riesgo, otras estimulan la agresividad empresarial, la innovación y el riesgo calculado, una y otra actividad crean contextos culturales bien diferentes que requieren un determinado tipo de liderazgo, así mismo originan conductas diversas e influyen en el sistema de toma de decisiones.
- Direccionamiento Estratégico, existen organizaciones con objetivos a corto plazo, otras con visión corporativa a mediano plazo y muchas con perspectiva de largo plazo. esta visión corporativa influye como elemento en la configuración de la cultura organizacional.
- Talento Humano, el nivel educativo, experiencia, compromiso y pertenencia a la organización representan un elemento de la cultura empresarial.
la satisfacción personal de cada individuo en la organización, su reconocimiento como ser humano, respeto por su dignidad, la remuneración equitativa, el reconocimiento, oportunidades de desarrollo, trabajo en equipo y la evaluación justa son componentes no solo del clima organizacional sino de la cultura empresarial.

¿COMO SE FORMA LA CULTURA ORGANIZACIONAL?



¿COMO SE APRENDE LA CULTURA ORGANIZACIONAL?



Para que cada miembro de una organización aprenda y viva a diario la cultura de su empresa debe conocerla a fondo.

Modelo del proceso mediante el cual una cultura se desarrolla, expresa y mantiene



Gráfico 4.2

Fuente: Sasho, V. "Implications on Corporate Culture. A Manager's Guide to Action." En: Organization Dynamics, New York: Prentice - Hall, 1983. Página 8.

¿COMO SE APRENDE LA CULTURA ORGANIZACIONAL?



- Existen 4 formas de aprendizaje de la cultura:
- Las cosas que se comparten - el lugar de trabajo.
- Las comunicaciones establecidas – el metalenguaje, los dichos, informes anuales, newsletter, las historias.
- Las actividades que se realizan conjuntamente – ritos, ceremonias, reuniones, fiestas, celebraciones.
- Los sentimientos comunes – satisfacción en el trabajo, compromiso organizacional, lealtad, seguridad laboral.



TIPOS DE HEROES EN LAS ORGANIZACIONES

EL VISIONARIO

Es un líder que sirve de modelo para todos los empleados. El ejemplifica la cultura de la organización y la transmite a otros trabajadores a través de acciones, palabras y proyectos.

EL SITUACIONAL

Es un funcionario que se destaca por sus actuaciones extraordinarias temporales que influyen y sirven de ejemplo a un grupo menor de empleados.

Este héroe es reconocido por la organización mediante premios o distinciones especiales del mes, campeón semestral, la mejor sugerencia, el escudo institucional, como reconocimiento por actuar y ser ejemplo de los valores que soportan la cultura de la organización.

EL REBELDE

Es un líder que busca el cambio y promueve la innovación en la organización.

En su tarea puede violar algunas normas o valores de la cultura empresarial, acción que es omitida por la organización, gracias a la contribución institucional dada.

Por lo general este individuo es creativo, exigente y un buen trabajador.

Su obsesión es realizar e introducir cambios culturales muy importantes



RITOS Y CEREMONIAS EN LAS ORGANIZACIONES



Los eventos especiales son una oportunidad para reforzar los valores de una corporación.

Las ceremonias de graduación, imposición de escudos, premios institucionales, distinción de un funcionario, promoción o retiro de un empleado.

Todas estas ceremonias y ritos permiten destacar los valores que inspiran la vida de una organización a la vez que crean ante los funcionarios imágenes dignas de imitar.

Generan impacto y trascendencia entre los miembros de la organización.



COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES



- Las comunicaciones tanto formales como informales transmiten y refuerzan los valores que soportan la cultura de una organización.
- La comunicación formal se realiza a través de boletines de noticias, informes anuales, manuales de empleados, memorandos y reuniones programadas para transferir información.
- La comunicación informal consiste en asumir y aprovechar la interacción diaria entre los miembros de la organización en los lugares de trabajo, en el restaurante, en los pasillos, en los eventos deportivos y culturales donde el intercambio de información se realiza descomplicada y amistosamente.

COMPORTAMIENTO DE LOS GERENTES EN LAS ORGANIZACIONES



- De acuerdo con Edgar H Schein Existen 3 conceptos de gran influencia sobre la cultura de una organización:
- Las cosas a las cuales los gerentes ponen atención y aquellas que rechazan o no se les da prioridad.
- La manera como los gerentes reaccionan a situaciones criticas o a crisis de la organización.
- la manera como los gerentes se comportan y la consistencia de esos comportamientos.
- Los gerentes son termómetros y guías de la cultura organizacional.
- En la creación y consolidación de una cultura empresarial, la alta gerencia tiene la responsabilidad en su liderazgo y consistencia.

MERCADEO CORPORATIVO INTERNO EN LAS ORGANIZACIONES



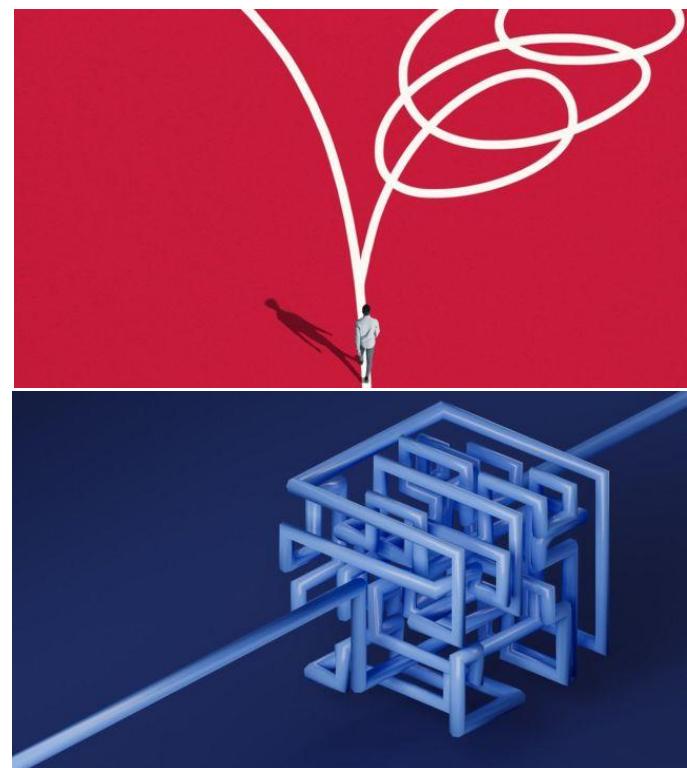
- En la actualidad y gracias a la globalización el primer mercado de una empresa es su cliente interno.
- La competitividad se construyen primero adentro.
- Si la organización no es competitiva internamente no sobrevivirá al mercado.
- El cliente interno requiere la primera atención, exige ser respetado, remunerado de manera adecuada, informado sobre las políticas, objetivos y metas de la organización, de las ventajas competitivas de la empresa.
- Debe interpretar adecuadamente las normas de la institución y las oportunidades de realización.
- Debe conocer y entender la misión y los valores que regulan la vida de la compañía y comprender la cultura organizacional de la misma.
- Estableciendo programas de mercadeo interno que aseguren un servicio de excelente calidad al cliente interno.
- Inducción al nuevo personal, reinducción, establecer sistemas formales de divulgación de políticas, programas y planes, ejecución de programas de lanzamiento interno de productos, programas de capacitación, participación del talento humano en la vida organizacional, estímulo del compromiso y pertenencia de los miembros de la institución.





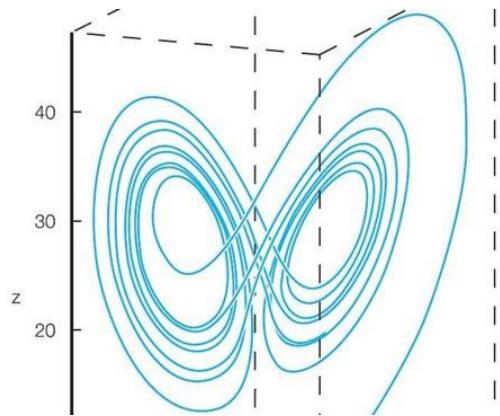
TEORIA DEL CAOS

- Imagina que vas caminando por la calle y de repente te agachas para amarrarte un cordón del zapato que llevas suelto.
- Detrás de ti viene un señor caminando afanado con un café hirviendo en la mano, no se da cuenta de que estás ahí agachado, se tropieza contigo, se le derrama el café en la mano, se quema y tiene que ir a urgencias a que lo curen.
- El señor del café es un piloto y por el accidente no puede llegar al vuelo que tenía programado.
- El vuelo se retrasa.
- Una de las pasajeras del vuelo viajaba a una entrevista de trabajo, y como no llegó a tiempo, perdió el empleo.
- Otro era un hombre que viajaba a su boda y dejó a la novia plantada en el altar.
- Y también había una pareja de hermanos que querían despedirse de su abuela que sufría una enfermedad terminal y no pudieron darle el último adiós.





EFFECTO MARIPOSA



- De esa manera nacía la Teoría del caos y su Efecto mariposa, que indica que pequeñísimas variaciones que pueden parecer inocuas, con el tiempo generarán enormes cambios, generando una sensación de caos.
- El efecto mariposa viene a decir que "una mariposa que bate sus alas en algún lugar del amazonas puede provocar, a través de los efectos encadenados y multiplicados, un huracán en el norte de Europa a miles de kilómetros de distancia.". Formulado de una manera más científica "la existencia de una variable concreta puede provocar o alterar otras, influyéndose progresivamente hasta obtener un resultado fuera de lo esperado" y dicho más llanamente "la teoría del caos establece que pequeños cambios en las condiciones iniciales crean grandes diferencias respecto al resultado final".

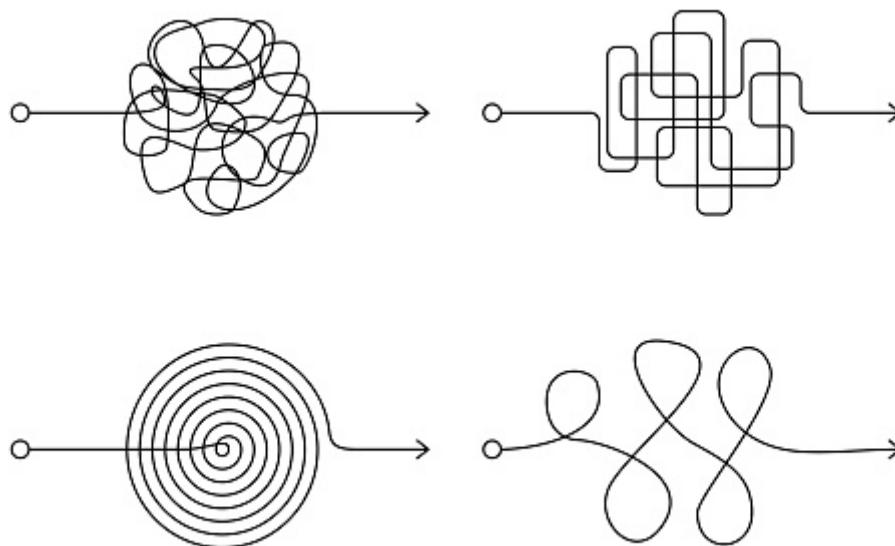


TEORIA DEL CAOS

<i>Enfoque tradicional</i>	<i>Enfoque del caos</i>
Es posible predecir el comportamiento de cualquier estado futuro del sistema a través de una ecuación simple causa-efecto.	No hay proporcionalidad en la relación causa-efecto. El futuro es incierto y el sistema reacciona de manera
El todo es la suma de sus partes	El todo complejo está hecho de infinitas iteraciones de un patrón simple que es repetido en escalas diferentes.
El caos es sinónimo de desorden y puede evitarse controlando el sistema todo lo que sea posible.	Hay una relación estrecha entre el caos y el orden, tanto que uno conduce al otro siguiendo un proceso dinámico. No se trata de evitar el caos, se trata de usarlo para autoorganizar su sistema a través de un "atractor".
El sistema no cambia de manera repentina, si lo hace se debe a algún error que no ha sido bien controlado.	Una pequeña perturbación puede causar repentinamente cambios explosivos dentro del sistema.
Un elemento no puede pertenecer al mismo tiempo a un conjunto y a su complemento.	La relación entre los elementos y los conjuntos no es solo si o no, es un asunto de más o menos
Fuente: Lissak (1996) (en Dolan et al, 2003)	

Lo esencial de la teoría del caos aplicada a los entornos organizacionales es que promete revolucionar la forma en la cual entendemos la realidad, menos apagada a relaciones causales y más abierta a situaciones donde quedan involucradas relaciones múltiples y dinámicas entre un gran número de variables.

TEORIA DEL CAOS



- El entorno cambia tan rápido, con la aparición continua de nuevas oportunidades y amenazas que no es posible esperar a tener demasiada seguridad de lo que está pasando para formular estrategias. Los modelos lineales de causa efecto deben ser reemplazados por modelos causales no lineales donde una pequeña acción puede llevar a una consecuencia totalmente inesperada.



COMO CONTROLAR EL CAOS EN LA ORGANIZACIÓN



- Empowerment

Es una estrategia utilizada para beneficiar la relación que existe entre los socios y empleados de una empresa. Dicha estrategia se basa en otorgarles cierta responsabilidad a los empleados para que sean los encargados de resolver problemas y tomar decisiones, sin la aprobación de un superior.

El empowerment tiene el objetivo de motivar a los empleados para aumentar su confianza y compromiso hacia la organización, lo cual tendrá un impacto positivo sobre sus resultados de trabajo.

Dicha palabra proviene del verbo en inglés <<to empower>>, que significa conceder, dar poder, habilitar, autorizar o potenciar.

Este método permite al empleado involucrarse en temas que lo responsabilizan más allá de sus tareas habituales.



COMO CONTROLAR EL CAOS EN LA ORGANIZACIÓN



Las características más importantes del concepto de empowerment son las siguientes:

- Fomento de la innovación y la creatividad.
- Los implicados se sienten responsables de la tarea que realizan y de lograr que la empresa funcione mejor.
- La organización de las tareas se realiza con el objetivo de que sea más fácil llevarlas a cabo.
- Todos los miembros del equipo conocen la información que se maneja y participan en la toma de decisiones.
- Hace uso del liderazgo democrático.

COMO CONTROLAR EL CAOS EN LA ORGANIZACIÓN



- **Google** ha implementado el empowerment, incentivando a sus empleados a interactuar con otros departamentos y a involucrarse en las reuniones de la empresa, para aportar nuevas ideas. Además, los impulsa a desarrollar sus propios proyectos dentro de la organización.
- **Mc' Donalds** es otra empresa que ha aplicado el empowerment, ya que ante las quejas presentadas por los clientes, cualquiera de sus trabajadores puede solucionar la situación y demostrar que está capacitado para tomar decisiones.

COMO CONTROLAR EL CAOS EN LA ORGANIZACIÓN



Team work

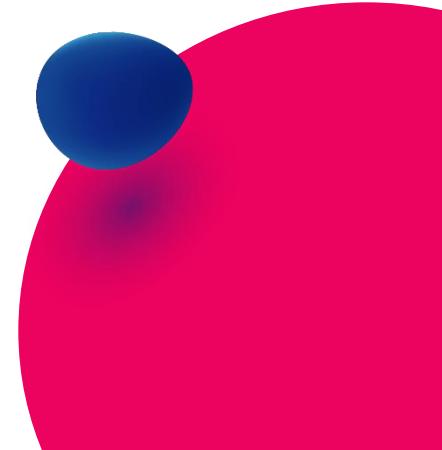
- El trabajo en equipo en una empresa se da cuando un grupo de personas trabaja en conjunto hacia un objetivo colectivo de manera eficiente.
- Cuando varias personas trabajan juntas para lograr un objetivo común, tu empresa puede prosperar.

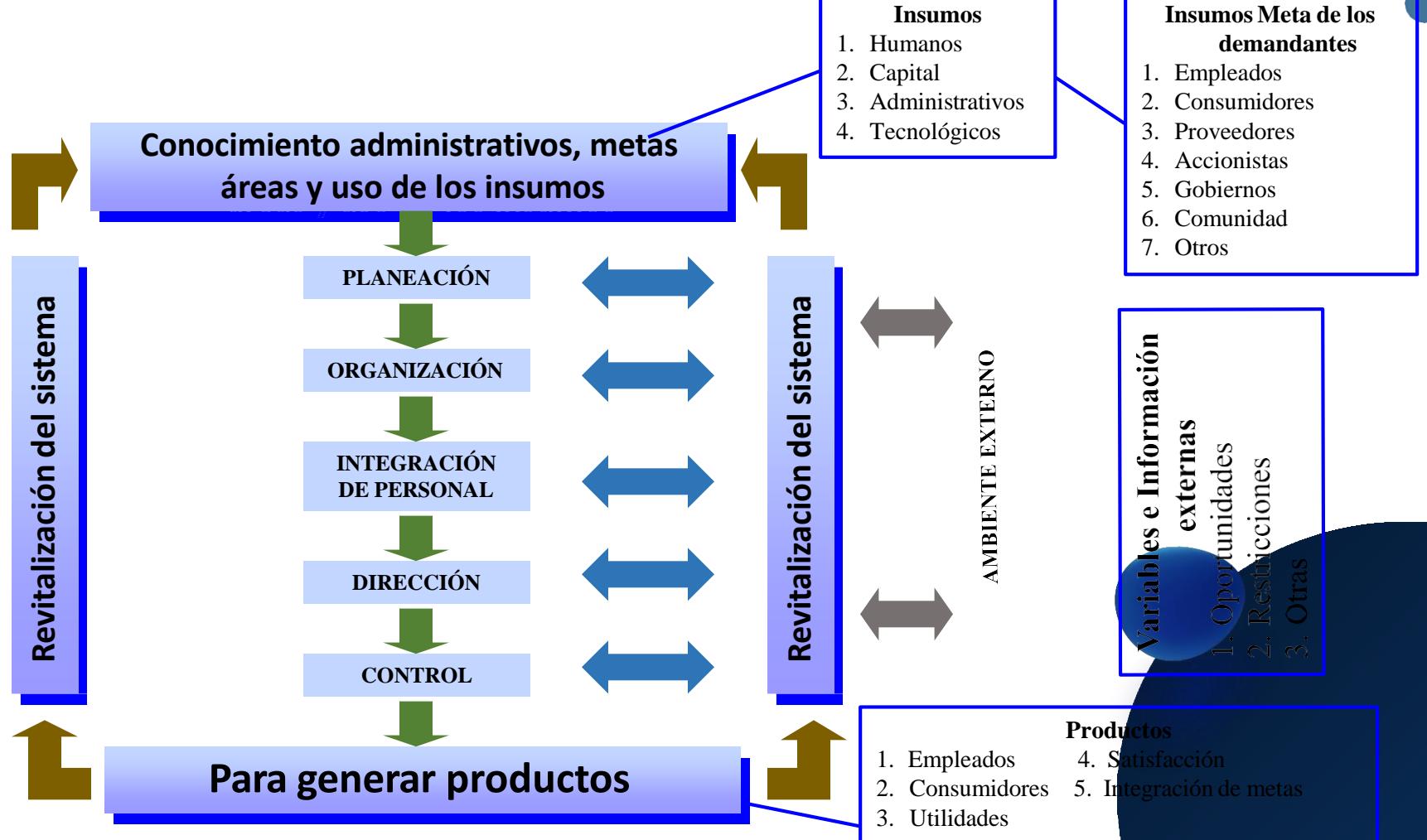
TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS

Solucionar problemas mediante su diagnóstico dentro de un marco que incluya insumos, procesos de transformación, productos y retroalimentación.

Este sistema puede ser aplicado a un individuo, un grupo de trabajo, un departamento o una organización entera.

Los insumos incluyen recursos físicos, humanos, materiales, financieros y de información que intervienen en el proceso de transformación







ANALISIS DE PARETO

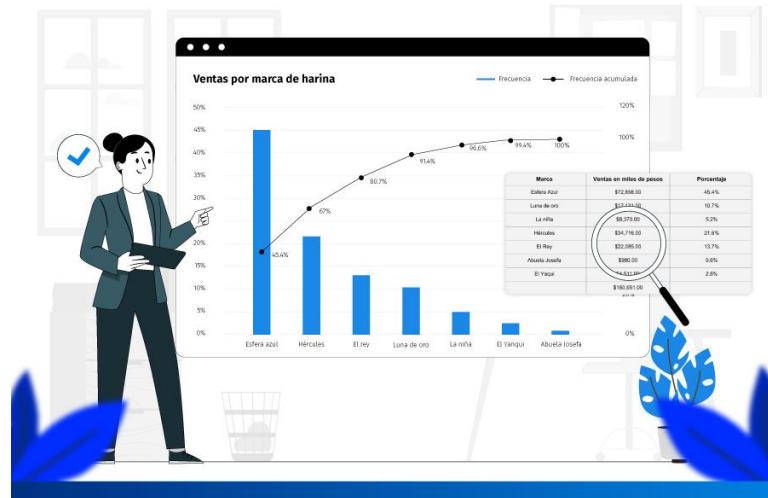


Un diagrama de Pareto es una técnica que permite clasificar gráficamente la información de mayor a menor relevancia, con el objetivo de reconocer los problemas más importantes en los que deberías enfocarte y solucionarlos.

Esta técnica se basa en el principio de Pareto o regla 80/20, la cual establece una relación de correspondencia entre los grupos 80-20, donde el 80 % de las consecuencias provienen del 20 % de las causas.



ANALISIS DE PARETO

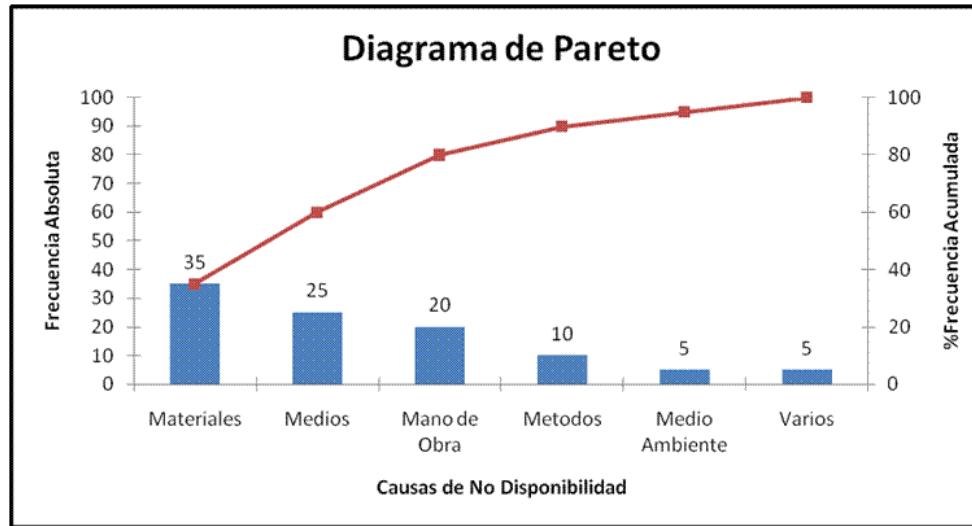


Las características más importantes del diagrama de Pareto son:

- Es una técnica de cálculos simples.
- Analiza las características de un grupo y reconoce los puntos más importantes dentro de él para darles prioridad.
- Observa los elementos y enfoca los esfuerzos hacia un solo objetivo.
- Permite tomar decisiones objetivas que se basen en los datos y no en opiniones personales.
- Analiza los elementos y la frecuencia con la que sucede cada uno de los datos



ANALISIS DE PARETO



Los elementos que conforman el diagrama de Pareto son:

Eje Y izquierdo. Corresponde a la frecuencia con la que ocurre un problema o situación analizada.

Eje Y derecho. Refiere al porcentaje que se acumula a partir del total de ocurrencias.

Eje X. En la parte inferior se describen las categorías de las problemáticas o situaciones que se están evaluando.



ANALISIS DE PARETO



El diagrama de Pareto puede utilizarse para:

- Analizar los diferentes productos y servicios que ofreces y mejorar su calidad.
- Observar la producción de productos en tiempo y volumen.
- Identificar qué productos generan mayores ventas y cuáles tienen más tiempo almacenados.
- Reconocer las oportunidades de mejorar tu negocio.
- Identificar cuáles son las razones por las que ocurren algunos problemas y priorizar las soluciones.



ANALISIS DE PARETO



Entre las ventajas de utilizar el Diagrama de Pareto para la toma de decisiones destacan:

Te ayuda a enfocar los esfuerzos en las mejoras que traerán mayores beneficios.

Ofrece un panorama sencillo y eficaz sobre la prioridad de los problemas.

Evita que los problemas se hagan más grandes.

Es una herramienta fácil de entender y fomenta las ganas de solucionar los problemas dentro de la organización.

¿CÓMO ELABORAR UN DIAGRAMA DE PARETO?



- Investiga cuál es el problema, recolecta los datos y selecciona los que se analizarán.
- Clasifica la información por orden de prioridad, desde la mayor hasta la menor.
- Estructura los datos en una tabla de mayor a menor y calcular el porcentaje de cada uno.
- Traza la gráfica. Primero los ejes verticales y horizontales, posteriormente, traza la línea vertical izquierda para la frecuencia.
- Traza una por cada grupo de mayor a menor.
- Traza la línea derecha que representa el porcentaje acumulado.
- Traza una curva que une los puntos con el fin de representar el total de cada grupo.
- Ponle al diagrama los datos correspondientes: título, fecha, período que abarca, la fuente de información, etc.
- Analiza la gráfica y establece cuáles son los puntos vitales y que necesitan ser atendidos con prioridad.

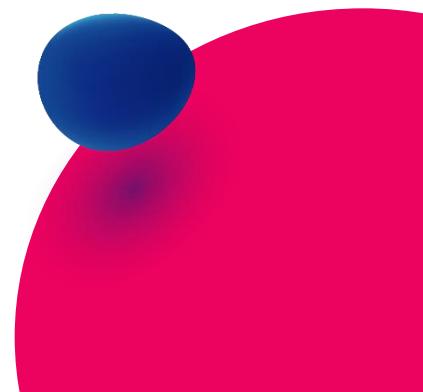
EJEMPLO DE UN DIAGRAMA DE PARETO



El siguiente ejemplo consiste en una empresa que se dedica a la venta de diferentes marcas de harina.

A continuación presentamos las ventas por cada una:

Ventas por marca de harina	
Marca	Ventas en miles de pesos
Esfera Azul	\$72,858.00
Hércules	\$34,716.00
El Rey	\$22,085.00
Luna de oro	\$17,131.00
La niña	\$8,370.00
El Yaqui	\$4,511.00
Abuela Josefa	\$980.00

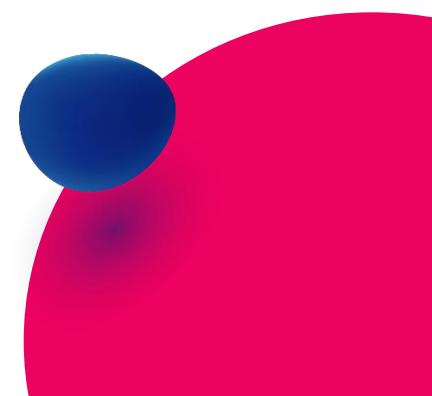


EJEMPLO DE UN DIAGRAMA DE PARETO



El total de las ventas es de un total de \$160.651 Por lo tanto el porcentaje de cada uno es el siguiente:

Ventas por marca de harina		
Marca	Ventas en miles de pesos	Porcentaje
Esfera Azul	\$72,858.00	45.4%
Luna de oro	\$17,131.00	10.7%
La niña	\$8,370.00	5.2%
Hércules	\$34,716.00	21.6%
El Rey	\$22,085.00	13.7%
Abuela Josefa	\$980.00	0.6%
El Yaqui	\$4,511.00	2.8%
	\$160,651.00	



EJEMPLO DE UN DIAGRAMA DE PARETO



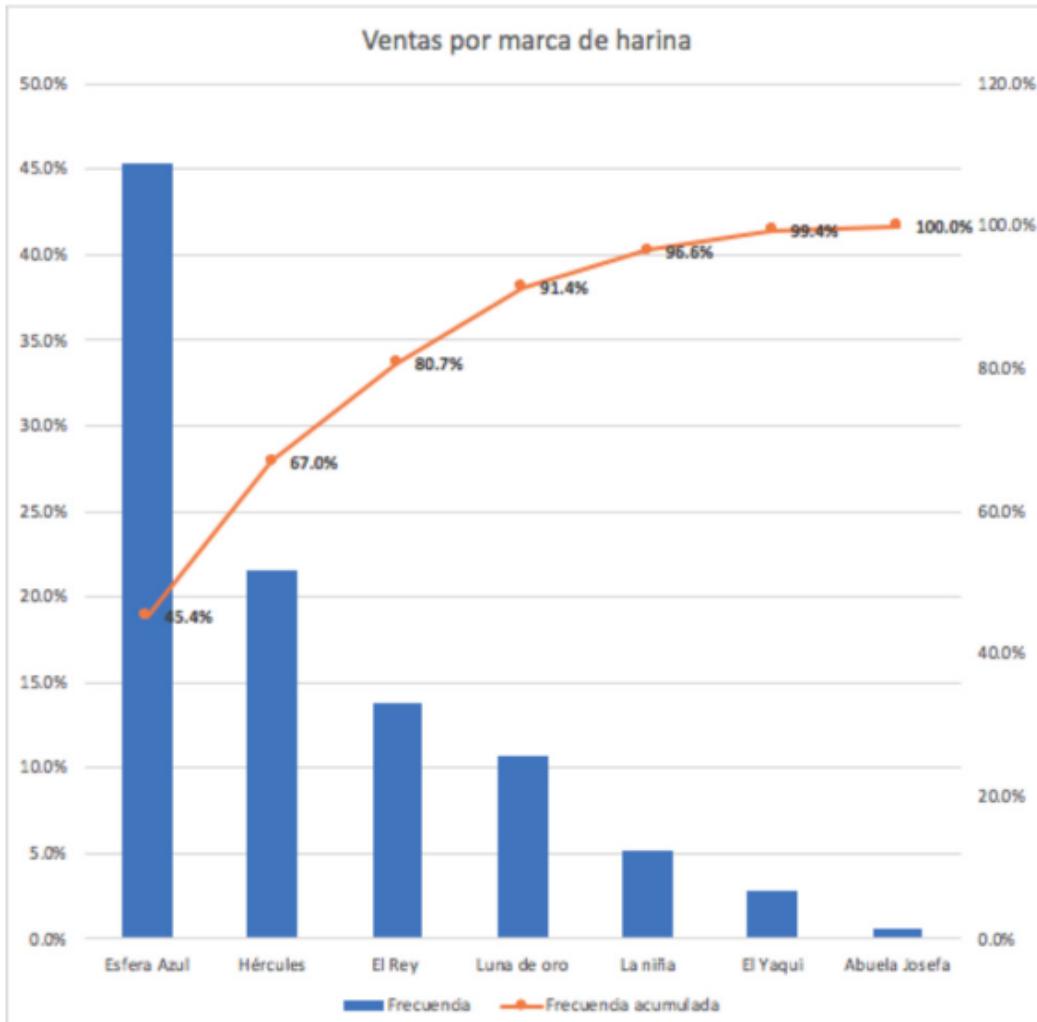
El siguiente paso es ordenar de mayor a menor y agregar el porcentaje de frecuencia acumulada.

Ventas por marca de harina

Marca	Ventas en miles	Porcentaje	
Esfera Azul	\$72,858.00	45.4%	45.4%
Hércules	\$34,716.00	21.6%	67.0%
El Rey	\$22,085.00	13.7%	80.7%
Luna de oro	\$17,131.00	10.7%	91.4%
La niña	\$8,370.00	5.2%	96.6%
El Yaqui	\$4,511.00	2.8%	99.4%
Abuela Josefa	\$980.00	0.6%	100.0%



EJEMPLO DE UN DIAGRAMA DE PARETO



Con este resultado se puede concluir que la mejor decisión es permanecer con las marcas Esfera Azul, Hércules y El Rey, ya que representan poco más del 80% de las ventas, mientras que las otras representan menos del 20% del total de las ventas.

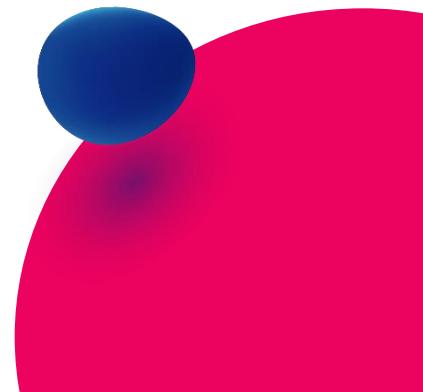


Usos del diagrama de Pareto en una organización

- **Control de inventarios.** El sistema de control de inventarios ABC se basa en el principio de Pareto, considerando que el 20 % de los artículos del almacén generan el 80 % de los movimientos de inventario, por lo que es en los que más atención hay que poner.
- **Ventas.** El 80 % de las ventas cerradas provienen del 20% de los productos, y el 20 % de los clientes más fieles son los que generan el 80 % de las ganancias totales, a partir de lo cual se pueden desarrollar estrategias comerciales y de marketing más efectivas.
- **Servicio al cliente.** Se considera que el 20 % de las fallas de un producto representa el 80 % de las quejas de clientes, por lo que ayuda a priorizar en la optimización precisa para la disminución de incidentes.
- **Control de producción.** El uso del diagrama de Pareto ayuda a estudiar cuál es el 20 % de los defectos en una producción que producen el 80% de las consecuencias negativas de los procedimientos, con lo que ayuda priorizar en el programa de mejoramiento.
- **Recursos Humanos.** En el área de desarrollo organizacional, la regla 80/20 se puede aplicar para identificar problemáticas como el absentismo, ya que el 80 % de las ausencias se deben principalmente al 20 % de los colaboradores.



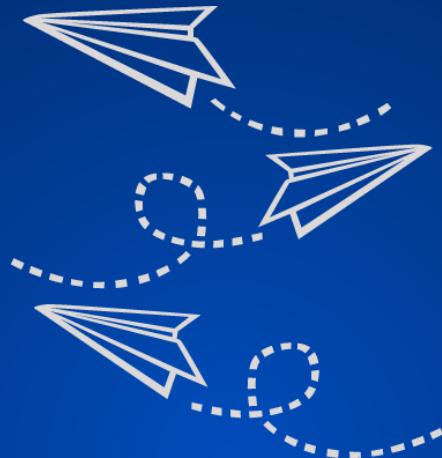
CASO RAMO





CONCLUSIONES

- Las organizaciones puede definirse como unidades sociales o agrupaciones humanas deliberadamente construidas o reconstruidas para alcanzar fines u objetivos específicos.
- La cultura organizacional es el Factor clave del éxito de una organización.
- Lo esencial de la teoría del caos aplicada a los entornos organizacionales es que promete revolucionar la forma en la cual entendemos la realidad, menos apoyada a relaciones causales y más abierta a situaciones donde quedan involucradas relaciones múltiples y dinámicas entre un gran número de variables.



**"SI ESCUCHAS UNA VOZ DENTRO DE TI
QUE DICE “NO PUEDES PINTAR”,
ENTONCES PINTA, Y LA VOZ SERÁ
SILENCIADA".**

VINCENT VAN GOGH.



**FIN DE
GRABACIÓN**