

Gestión de Empresas

Unidad 3: Actividades Administrativas

Ricardo Andrés Pruneda Urzúa

Ingeniero Comercial
Magíster en Administración de Empresas

2do semestre 2023

Administración

La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera **eficiente y eficaz**.



Administración



Planeación

Decidir con anticipación lo que se quiere lograr en el futuro y el cómo se lo va a lograr

Administración



Organización

Consiste en determinar qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones

Administración



Dirección

Es el hecho de influir en los individuos para que contribuyan a favor del cumplimiento de las metas organizacionales y grupales; por lo tanto, tiene que ver fundamentalmente con el aspecto interpersonal de la administración”.

Administración



Control

Consiste en el seguimiento de resultados y su medición a través de métricas confiables. De modo que, en función de las métricas establecidas, la organización tratará de realizar un seguimiento en las actividades para comprobar si se sigue el plan previsto.

Funciones Administrativas

Planeación	Organización	Dirección	Control	Llevar a
Fijar metas, establecer estrategias y trazar planes especiales para coordinar las actividades	Determinar qué hay que hacer, cómo hay que hacerlo y quién va a hacerlo	Dirigir y motivar a los participantes y resolver los conflictos	Vigilar las actividades para asegurarse de que se realizan como se planeó	Alcanzar la finalidad declarada de la organización



Planificación Estratégica

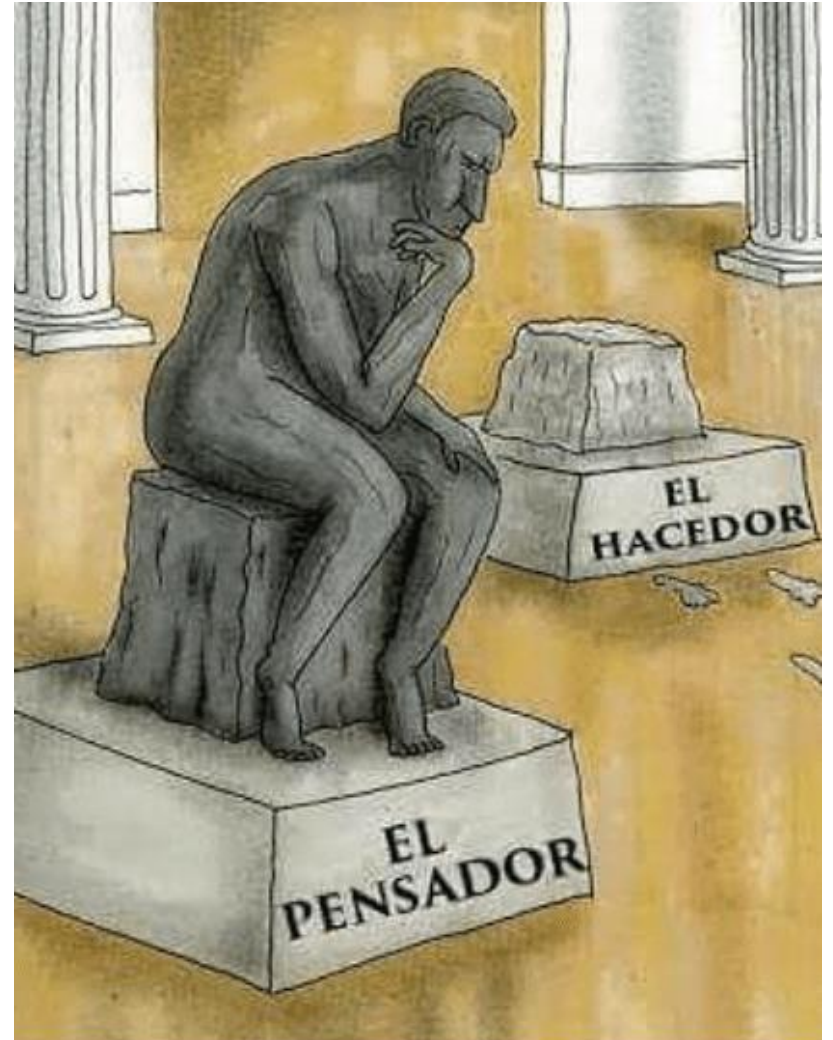
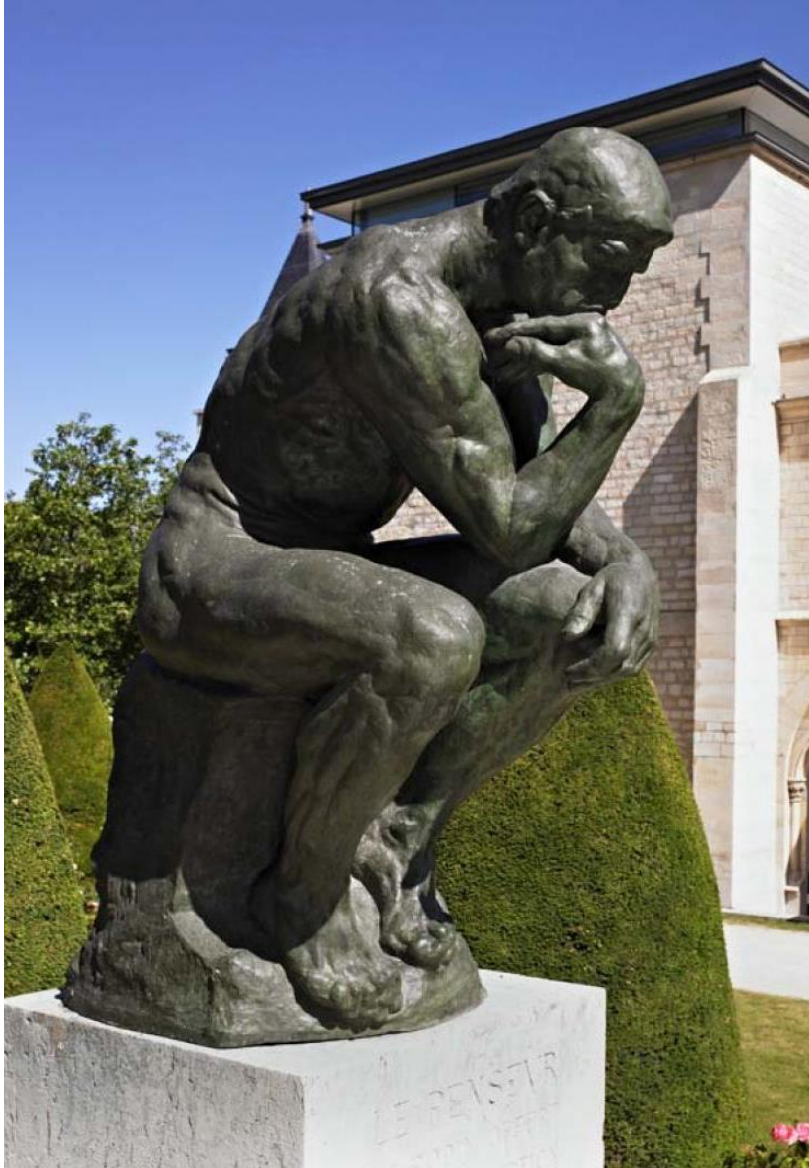
¿Qué es planificar?

Elaborar o establecer un plan conforme a lo que se va a desarrollar, especialmente una actividad.

La planificación ayuda a una organización a trazar un rumbo para el logro de sus objetivos.

¿Qué es planificación estratégica ?

La planificación estratégica consiste en determinar la dirección que debe tener una organización para conseguir sus objetivos de largo plazo, en el marco de su visión, misión y valores.



y TU cual eres?

Planificación Estratégica



Análisis de Entorno



Contexto



Oportunidad



Equipo



**Riesgos y
Recompensas**

CONTEXTO



EL CONTEXTO

Toda oportunidad existe en un contexto

- Macroeconómico
- Legal y regulatorio
- Cultural

EL CONTEXTO

Ejemplo: Ley de tolerancia cero.



**OPORTUNIDAD DE
NEGOCIOS**

IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

Las oportunidades surgen cuando

- Se crea nueva información.
- Se genera una reacción ante cambios en los costos.
- Se descubren beneficios de usos alternativos para los recursos.
- Se identifica una necesidad que no está siendo satisfecha.



EL EQUIPO

¿QUÉ NOS DEBEMOS PREGUNTAR?

- ¿Qué saben?
- ¿Cuánta experiencia tienen?
- ¿A quién conocen?
- ¿Cuán conocidos son?

El plan debe reflejar quiénes son los que están detrás de su implementación y muchas veces al ser microempresario/a sucede que el equipo es solo 1 persona.



EQUIPO

Sin el **EQUIPO** adecuado el Plan de Negocios (“y el negocio”) no funciona...



RIESGOS Y RECOMPENSAS

RIESGOS Y RECOMPENSAS

- El plan debe enfrentar los riesgos que hay por delante.
- El riesgo es inevitable, cómo lo enfrentamos es la clave.
- Saber cómo disminuir el riesgo y saber qué hacer en caso de que éste aumente.
- Dar a conocer el éxito ayuda a disminuir ansiedad de inversores, socios o equipo.

Proceso de un plan de negocios

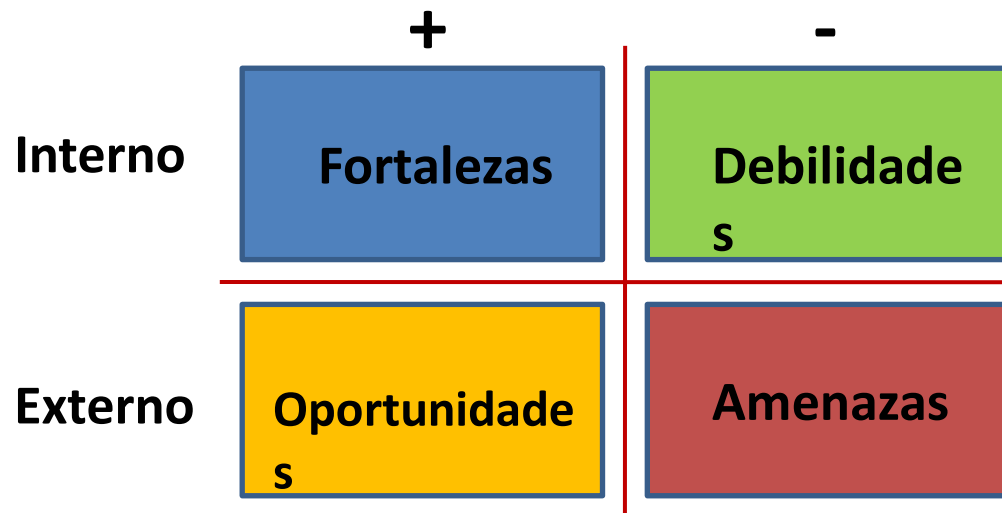


ANÁLISIS FODA



¿Que es el FODA?

Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, y de esta manera planificar una estrategia.



FODA → Herramienta de diagnóstico

SITUACIÓN INTERNA

- **Fortalezas y debilidades**

Pueden ser cualidades administrativas, operativas, financieras, de comercialización, investigación y desarrollo, capacidades personales y experiencia.



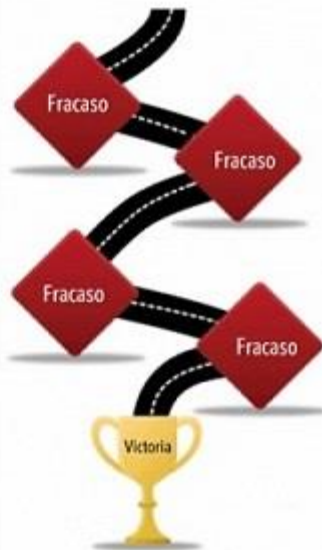
FODA → Herramienta de diagnóstico

EL CAMINO HACIA EL ÉXITO

LO QUE LA MAYORÍA
DE LA GENTE CREE QUE ES



Lo Que Es En Realidad



SITUACIÓN EXTERNA

- Oportunidades y amenazas

Condiciones económicas presentes y futuras, cambios políticos, legales y sociales, nuevos productos, servicios y tecnología. Escasez de materias primas, competencia.

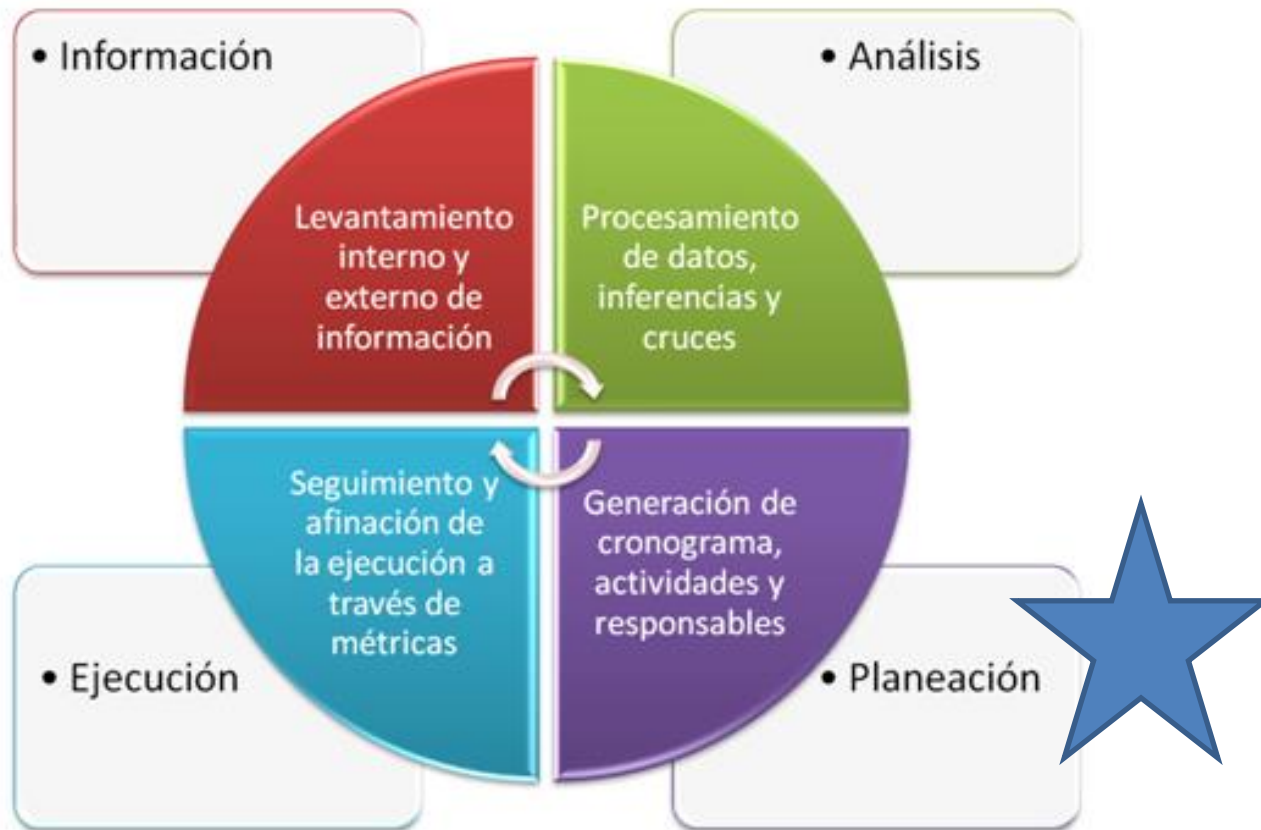
Ejercicio de aplicación individual

Aplica lo aprendido construyendo tu propio
FODA DE LA EMPRESA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">.....	<ul style="list-style-type: none">.....
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">.....	<ul style="list-style-type: none">.....



Proceso de un plan de negocios



MISIÓN, VISIÓN Y VALORES



MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

La misión: Mi razón de ser, el propósito

La visión: Cómo me veo en el futuro

La filosofía y valores: Las creencias y la cultura de la empresa

- **La misión:** declara el propósito, responde a la pregunta ¿por qué existe la empresa? generalmente incluye una descripción general de la organización, su función y objetivos.
- **La visión:** se identifica con el futuro a mediano plazo, incorpora objetivos concretos y comprende también factores clave para alcanzar ese horizonte. Responda a la pregunta ¿qué será de la empresa en el futuro?.
- **Los valores estratégicos:** son los conceptos que articulan la declaración de la misión de una empresa y suponen el respaldo cultural de las decisiones y acciones estratégicas.

EJEMPLO

Misión

- *“Crear el mejor producto, no causar daños innecesarios, utilizar el negocio para inspirar e implementar soluciones para el problema ambiental”.*

Visión

- *“Tener una estación de trabajo que funcione con nuestro software en cada escritorio y en cada hogar”.*

Valores

- Empatía
- Trabajo en equipo
- Respeto
- Compromiso



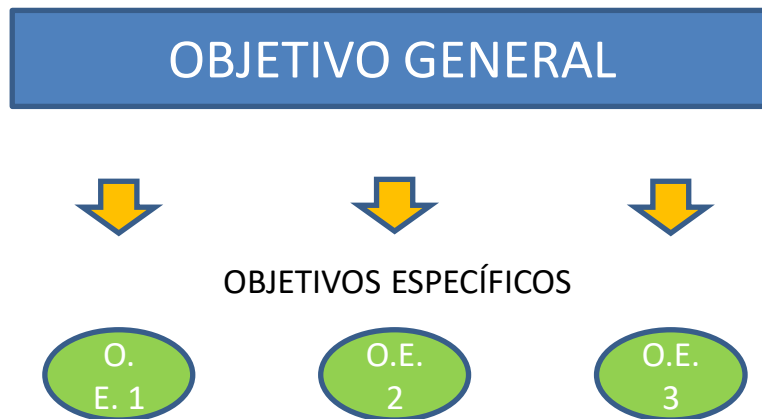


OBJETIVOS ESTRATEGICOS

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

¿Qué son?

Son la descripción del propósito a ser alcanzado, que es medido a través de indicadores y sus correspondientes metas, las cuales se establecen de acuerdo al periodo del plan estratégico.



TIPOS DE OBJETIVOS

Los objetivos generales, son los que validan la misión y visión de la empresa que se han planteado como punto de partida. Pero, para poder alcanzar estos objetivos necesitamos lograr antes otros, los objetivos específicos.



DEFINICIÓN DE OBJETIVOS



Objetivo General: Bajar 5 kgs y dar “forma a mi cuerpo” en 6 meses.



Objetivo específico número uno, reducir consumo de alimentos chatarra a la mitad.



Objetivo número dos, realizar una dieta balanceada, y continuarla regularmente de forma continua.



Objetivo específico tres, correr 3 veces por semana 4 kilómetros.



Objetivo específico cuatro, ir al gimnasio y realizar rutinas de ejercicios, 3 veces a la semana.

Objetivos Generales

Listado de verbos para la
formulación de Objetivos
Generales



DISEÑAR	ELABORAR
PROPONER	IDEAR
CONSTRUIR	SER
ORGANIZAR	TENER
CREAR	CONQUISTAR

Objetivos Específicos

Listado de verbos para la formulación de Objetivos Específicos



DECIDIR	CLASIFICAR	MEJORAR
SELECCIONAR	INSTALAR	INVENTAR
OFRECER	ESCOGER	ORDENAR
PRODUCIR	MEDIR	PREPARAR
RESOLVER	REPARAR	ORGANIZAR
BUSCAR	CONSEGUIR	DESARROLLAR
TRANSFORMAR	AHORRAR	RECOLECTAR
CALCULAR	GANAR	TRABAJAR

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

Objetivo General	Posicionar la marca como una propuesta cultural y sustentable, mediante el plan de marketing y campaña comunicacional.				
Objetivo Especifico 1	Generación de imagen y contenidos que posicionen la marca en diferentes canales de comunicación				
Acciones	Meta	Medio de Verificación	plazo	Responsable	Presupuesto
Creación de logo y material promocional	1 logo y 1 afiche	1 Afiche con logo y Brief	2 meses	Diseñadora	\$400.000
Creación de cuentas en medios digitales y contenidos	1 cuenta Twitter, 1 cuenta de Facebook y 1 página WEB	Creación de cuentas en la web	1 mes	Dueña	\$0
Actualización redes sociales (Twitter, Facebook, Snapchat, Instagram)	10 mil seguidores al 31 de diciembre del 2018 Facebook y Tv en	Información proporcionada por las páginas	12 meses	Dueña	\$0

Proceso de un plan de negocios



SUS VENTAJAS

- Ayuda a estimar los fondos que la empresa necesita para sus actividades.
- Ayuda a que las empresas puedan alcanzar sus metas.
- Herramienta de diseño.
- Herramienta de reflexión.
- Herramienta de comunicación.
- Herramienta de marketing.
- Herramienta de Gestión de Recursos Humanos.



SUS DESVENTAJAS

- Muchas veces están demasiado enfocados en los números, sin considerar incertidumbres inevitables, especialmente del entorno.



