

PROYECTO ORGANIZACIONAL

NOMBRES DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO, GRUPO: 83

1

2

3

4

5

PRIMERA PARTE

1.- Nombre de la organización:

2.- Titular de la organización:

3.- Medio de contacto:

4.- Ubicación geográfica:

5.- Organigrama:

6.- Idea de negocio:

7.- Modelo de negocio:

8.- Estrategia de diferenciación de la propuesta de valor (producto-servicio):

9.- La planeación estratégica (orientación de la misión y visión):

Aspecto	Orientación
Misión	
Visión	

10.- Planificación estratégica

Aspectos	SI	NO
1. Carencia de filosofía y diseño organización		
2. Nulo establecimiento de objetivos alcanzables y medibles		
3. Falta de procesos definidos que orienten a los objetivos establecidos		
4. Falta de dirección profesional, formación del microempresario		
5. Carencia de orientación y educación financiera		
6. Desconocimiento de los beneficios que proporciona el marketing		
7. Vulnerabilidad en cumplimiento y aplicación de normatividad vigente		
8. Carencia de colaboradores competentes		

11.- Factores de la empresa:

Aspecto	Respuesta
Antigüedad	
Sector económico en que se desenvuelve	
Sector económico al que brinda sus productos o servicios	

12.- Las capacidades de innovación como una forma de lograr un eficiente desempeño operativo que permita adquirir una ventaja competitiva y que se piensa de manera constante en la próxima generación de tecnología productiva

Capacidad Operativa de Innovación

Rubro	Propuesta
Contamos con programas de largo plazo para adquirir capacidades productivas futuras	
Hacemos esfuerzos constantes para anticipar el potencial de las nuevas prácticas y tecnologías productivas	
Mantenemos tecnología de punta en la industria	
Pensamos de manera constante en la próxima generación de tecnología productiva	
Se desarrollan habilidades y procesos para lograr cambios radicales en los procesos operativos	
Creamos e implementamos procesos de fabricación nuevos y únicos	

13.- Con respecto a la ventaja competitiva, destacan los indicadores: satisfacción al cliente, fortaleza de la posición competitiva y satisfacción del público interesado, como los más desarrollados en las empresas en estudio. Porter (1985) denomina ventaja competitiva al valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores que los de los competidores para beneficios equivalentes o por la previsión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costos

Variable de la ventaja competitiva

Aspecto	Explicación
Rentabilidad económica	
Crecimiento de las ventas	
Participación de mercado	
Crecimiento de la empresa	
Productividad laboral	
Posición competitiva	
Satisfacción del cliente	

14.- Como estrategias generalizadas, que coadyuven al crecimiento y sustentabilidad de las empresas, se sugieren las siguientes estrategias que se enlistan:

Aspecto	SI	NO
Establece un diseño organizacional estratégico sustentado en la visión, la misión, los objetivos, que se adapten a las necesidades primordiales de la empresa, señalando su ruta empresarial.		
Adoptar una filosofía que soporte la dirección de los esfuerzos de la empresa, la cual coadyuve a la integración de recursos, sistemas, procesos, métodos y controles.		
Establece objetivos a corto plazo, considerando las metas concretas y cuantificables en periodos pequeños, para implantar las pautas básicas que deberá seguir la empresa en forma consecutiva y cíclica, permitiendo la eficiencia y eficacia de recursos.		
Estos objetivos son inteligentes, considerando el tiempo, recursos, medición, realización y sobre todo, que sea realista; los cuales serán comunicados a los empleados, pues contribuirá a que estos hagan suyos los objetivos y, por ende, trabajen para lograrlos.		
Al concluir el periodo de tiempo fijado para el cumplimiento del objetivo, se evalúan y analizan el alcance y los resultados obtenidos para, redefinir las metas.		
Gestionan los procesos que abarquen la esencia de la organización, delimitando y documentándolos para que se alineen a los objetivos previamente establecidos, considerando las áreas producción, ventas, capital humano, compras, ingeniería, finanzas, tecnología, comunicaciones, entre otros ámbitos, para un sostenido mejoramiento continuo.		
Define estrategias en función de los objetivos.		
Establece medidas que garanticen el cumplimiento de las disposiciones legales relacionadas giro empresarial, para lo cual se sugiere la colaboración de personal competente que coordine las acciones que fomenten la aplicación de normas vigentes en forma y tiempo debidos.		
Evalúa las competencias de los colaboradores de la empresa y establece prioridades de acuerdo puntos críticos y rendimiento de plantilla laboral.		
Programa tiempo y recurso para formar a trabajadores clave en áreas específicas y que estos motiven a sus compañeros y transmitan los conocimientos adquiridos.		