

Guía de trabajo autónomo

CTP LA SUIZA GUIA #1

Nombre del docente: JAIRO MORA

Taller Exploratorio/Tecnología/Especialidad Técnica: AGROINDUSTRIA ALIMENTARIA

Subárea: ELEMENTOS DE GESTION

Unidad de estudio: GESTION EMPRESARIAL

Nivel: DECIMO

Canal de comunicación: WhatsApp, correo electrónico(Jairo.mora.rodriguez@mep.go.cr), material impreso, TEAMS .teléfono 89809168

Horario de atención: A distancia 7 a 4 30 pm

Centro educativo: 7 a 4 30 pm

Escenario: 1 () 2 () 3 () 4 ()

Período establecido para el desarrollo de la guía:

FECHA DEVOLUCION:

Del 01 del mes marzo al 12 del mes marzo de 2021

15 DE MARZO o en entrega de alimentos

Nombre del Estudiante: _____

Sección: _____

Nombre del Padre o encargado: _____

Firma: _____

II Parte. Planificación Pedagógica

Espacio físico, materiales o recursos didácticos que voy a necesitar:

Materiales generales como cuaderno, cartulina o papel periódico, revistas, periódicos, borrador, lápiz o lápices de color, folder personalizado para guardar evidencias, etc. Un espacio iluminado aceptable, el cual está libre de ruido y el estudiante se pueda concentrar en las tareas. Contar con buena ventilación.

Indicaciones generales:

La información que requieres para el trabajo la encontrarás en los anexos. En este trabajo debes leer información subrayar los conceptos que no conoces y buscar su significado. Responder varias preguntas. Construir una ilustración técnica, un comentario y algunos trabajos relacionados con el instrumento del FODA

Actividades que realiza el estudiante.

Resultado (s) de aprendizaje/Objetivo (s):

I.CONEXIÓN

- Reconoce los conceptos básicos relacionados a la gestión empresarial. Mediante preguntas a resolver

II.CLARIFICACION

- Identifica la relación empresa – comunidad. Mediante ilustración técnica

III. COLABORACION

- Ejemplifica los aspectos que definen la relación de las empresas con el mercado Mediante linografía

IV. CONSTRUCCION

Examina la influencia de la globalización y la transnacionalización de la economía en la empresa.
Mediante comentario

V. CONEXIÓN

- Identifica los conceptos básicos relacionados con el análisis FODA mediante creación de un esquema de idea

VI. CLARIFICACION

- Identifica las características de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas mediante cuadro comparativo

VII. COLABORACION

- Aplica el procedimiento para realizar el análisis FODA mediante creación de análisis

VIII. CONSTRUCCION

- Realiza el análisis FODA en diferentes casos del área agro industrial. Mediante anotación de conclusiones y sugerencias

| Actividades de aprendizaje para la implementación de la mediación pedagógica en educación combinada | Ambiente de Aprendizaje | Evidencias |
|--|-------------------------|------------------------------|
| I. Conexión (preguntas <u>a resolver</u>) En el anexo #1 encuentras un texto sobre conceptos básicos relacionados con gestión empresarial, debes leerlo y responder en forma clara A) ¿Qué es la gestión empresarial? B) ¿Cómo afecta una mala gestión empresarial? C) ¿Cuáles son las funciones de la gestión empresarial, explique una? | Hogar () | Tipo: <u>Conocimiento</u> |
| II. Clarificación (<u>Ilustración técnica</u>) La ilustración técnica es la representación realista de un concepto para su comprensión. Representa mediante una ilustración la relación comunidad-empresa (lea la información) anexo #2 | Centro educativo () | Conocimiento |
| III. Colaboración (<u>infografía</u>) Infografía son diagrama visual que explican textos. Del anexo #2 en una hoja coloque información y a par coloque diagramas o dibujos relacionados. | Hogar () | – Conocimiento |
| IV. Construcción/Aplicación (<u>comentario</u>) Después de leer la información (anexo 3) sobre globalización, debes hacer un comentario sobre la influencia de la globalización, mínimo 10 renglones. Puedes apoyarse con el uso de internet | Hogar () | () Desempeño |
| V. Conexión (<u>esquema de idea</u>) Del anexo 4 hacer un esquema de ideas | Centro educativo | Conocimiento |
| VI. Clarificación (<u>cuadro comparativo</u>) Del anexo 4 sobre el FODA | Centro educativo | Desempeño |

| | | |
|---|-----------|--------------|
| En esta actividad construye un cuadro con DOS columnas, y dos filas en ellas coloca las características del Fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades. | | |
| VII. Colaboración (creación de análisis) Escoge un tema para realizar un breve análisis FODA, en cuadro coloca las amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades de tu tema. Usar el cuadro de matriz comparativa | Hogar () | () Producto |
| | Hogar () | Producto |
| VIII. Construcción/Aplicación (conclusiones y sugerencias) De la actividad anterior obtén conclusiones y recomendaciones y anótalas. | | |

ANEXO 1. GUIA 1

ELEMENTOS DE GESTION 10º

UNIDAD: GESTION EMPRESARIAL

Definición de gestión empresarial:

El concepto de gestión empresarial ha **evolucionado** con el paso de los años. Actualmente se entiende por gestión empresarial aquella actividad orientada a mejorar la competitividad y productividad del negocio. Esto supone asumir la organización, administración y el funcionamiento de una empresa.

Una mala gestión empresarial puede acabar con la productividad y las ventas de la empresa, por ello es importante tener claro que la gestión es **necesaria desde el inicio**.

La gestión empresarial es un trabajo continuo y permanente que requiere de profesionales preparados y dispuestos a innovar continuamente en su forma de hacer negocios.

Funciones de la gestión empresarial

Principalmente sus funciones se basan en los siguientes pilares:

- **Organización:** se trata de la asignación y coordinación de las diferentes tareas que se tiene que llevar a cabo en la empresa, definiendo quién, cómo y cuándo se van a ejecutar.
- **Planificación:** consistente en fijar y programar las metas y objetivos de la empresa a nivel estratégico.
- **Personal:** el personal que trabaja y forma una empresa son la parte más esencial de la misma. Un buen clima de trabajo y la relación entre las personas que forman un departamento,
- **Controlar:** se trata de supervisar y analizar el trabajo para poder saber qué fortalezas y debilidades posee la compañía.
- **Dirigir:** esta función está relacionada con la figura de los líderes o ejecutivos de la empresa.

ANEXO 2

La importancia de la relación empresa – comunidad

Publicado 7 agosto, 2014 | Sin categoría

Fuente: Federación Gremial de la Industria, Sofofa

En el pasado, el objetivo principal de las empresas en todo el mundo, era ser económicamente rentables y lograr mantenerse en el tiempo. Hoy en día, esta realidad está cambiando bruscamente, ya que las organizaciones no sólo deben solventarse, sino que además deben cumplir con una serie de temas fundamentales.

Así, temas como el respeto por el medio ambiente, políticas sociales internas claras y una buena relación con la comunidad, son puntos que en la actualidad una empresa no puede dejar pasar. La mayoría de los individuos se relaciona con el mundo privado, ya sea consumiendo sus productos, formando parte de la masa laboral de las mismas o viéndose afectados por el funcionamiento de las empresas en cuestión.

Así, la relevancia social de las organizaciones ha aumentado considerablemente, y por lo mismo, los alcances que posee afectan a toda la sociedad. La influencia de las empresas en diversos ámbitos de la vida diaria implica la adopción de un rol que se extiende más allá del simple campo de acción tradicional de la misma, es decir tiene injerencia directa en el entorno, la sociedad, el medio ambiente, entre otros temas.

En este contexto, la Responsabilidad Social Empresarial se traduce en asumir y preocuparse por los efectos de los impactos de sus operaciones en la sociedad. Un comportamiento empresarial ético no se limita solamente en cumplir con consideraciones morales o legales, sino que toma en cuenta diversas aristas que sí se traducen en efectos directos para la comunidad.

No basta con tener una excelente gestión administrativa económica dentro una empresa, sino que es necesario preocuparse por aquellos factores que quizás no están relacionados directamente con las gestiones de una organización, pero que a la larga influyen directamente en su desarrollo y producción.

Muchos son los casos de empresas que han logrado un excelente desempeño económico, pero que han dejado de lado temas de impacto ambiental, políticas sociales internas y externas, relación con la comunidad, entre otros, y por lo cual a la larga, han dejado de existir.

En conclusión, una empresa socialmente responsable, es aquella que además de poseer una administración eficiente y una sustentabilidad económica adecuada, se preocupa por aquellos aspectos paralelos que son igual de importantes que los anteriormente nombrados, y que por lo mismo, vela por el bienestar de la comunidad cercana y lejana, aplicando políticas que beneficien directamente a los individuos.

ANEXO 3 GLOBALIZACION

1. ¿Qué es un tratado de libre comercio? Un tratado de libre comercio (TLC) es un acuerdo internacional entre dos o más países o Partes cuyo objetivo principal es establecer reglas comunes para normar la relación comercial entre ellos. Con ese propósito, los TLC suelen incorporar reglas en materia de comercio de bienes, comercio de servicios, inversión, propiedad intelectual, mecanismos de defensa comercial y, de la mayor importancia, solución de controversias. En algunos tratados recientes se incluyen también ciertas disposiciones en materia laboral y ambiental.

La primera vez que Centroamérica manifestó a Estados Unidos su interés en negociar un TLC fue en 1992. La región estaba preocupada por los efectos negativos que, sobre su comercio e inversión, podría tener el acuerdo que ese país estaba terminando de negociar con Canadá y México en aquel entonces, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, conocido como TLCAN o NAFTA. En diversas ocasiones, Centroamérica reiteró su petición al país del norte. Destaca en particular, cuando el Presidente Clinton visitó Costa Rica en enero de 1997

Globalización es un término moderno usado para describir los cambios en las sociedades y la economía mundial que resultan en un incremento sustancial del comercio cultural. No obstante algunos autores y el movimiento antiglobalización, opinan que la competitividad en un único modelo de mercado tiende a suprimir las realidades culturales de menor poder.

El concepto no tardó en llegar a la macroeconomía, donde se lo utilizó para designar causas y consecuencias de los vertiginosos cambios que se sucedieron en el mundo a partir de la década de 1970.

La globalización es el proceso por el cual la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unifica mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global.

El avance de la tecnología es uno de los fenómenos que más deslumbra del proceso de globalización. Así como se plantea, los avances tecnológicos se adaptan a las necesidades de la economía en expansión y en general al tipo de sociedad que las produce

BENEFICIOS POTENCIALES

- Economía y mercado globales, que puede llevar a un mejor aprovechamiento de los recursos.
- Acceso universal a la cultura y la ciencia.
- Mayor desarrollo científico-técnico.
- Mayor capacidad de maniobra frente a las fluctuaciones de las economías nacionales.
- Cooperación internacional.

ANEXO 4 EL ANALISIS FODA

El análisis FODA es un diagnóstico que permite visualizar potencialidades y limitantes de la empresa tanto a lo interno como a lo externo, con miras a la elaboración de un plan estratégico. Con la mayor explicación de cada uno de los elementos que constituyen el FODA, se pretende planear con el objetivo de mejorar lo bueno que se tiene, eliminar o disminuir lo malo, aprovechar al máximo las oportunidades del entorno y evitar o disminuir los efectos de las amenazas. En términos generales el FODA se determina:

A lo interno:

FORTALEZAS Y DEBILIDADES:

Fortalezas: Puede estar constituido por los recursos con que se cuenta, por la forma en que se utiliza ese recurso o por ambas. Pueden ser fortalezas por que le permiten hacer bien lo que se está haciendo hoy o porque le permite hacer bien lo que podría hacer mañana. La fortaleza puede identificarse como tal, según el rumbo o misión y visión de la empresa; por lo tanto, la elección de puntos fuertes debe ir a la par de la formulación de objetivos, en un punto fuerte se responde positivamente al logro de un objetivo.

Debilidades: Es lo opuesto a las fortalezas, es algo que obstaculiza lo que se está haciendo hoy o dificulta e imposibilita hacer lo que se quiere mañana. También van en relación a los objetivos de la empresa

A lo Externo:

OPORTUNIDADES Y AMENAZAS:

Oportunidades: Es cualquier elemento externo a la empresa que sirva para satisfacer mejor al cliente, para aumentar las ganancias, para disminuir el riesgo, para mejorar posibilidades de sobrevivir a largo plazo.

- Se satisface mejor al cliente cuando le atiende de la mejor manera sus necesidades.
- Se aumentan ganancias cuando se disminuyen costos o cuando con los mismos costos se puede producir más.

No es lo mismo oportunidad que posibilidad, la oportunidad exige acciones viables y prácticas. Descubrir una oportunidad es un paso, tener capacidad para aprovecharla es otro paso de una acción eficaz.

Amenazas: Es el elemento del ambiente externo de la empresa, cuyo efecto potencial es el hacer que nuestros productos pierdan valor relativo o que disminuyan las posibilidades de supervivencia a largo plazo.

El valor de nuestros productos es la deseabilidad que tienen para nuestros clientes, esta deseabilidad baja cuando aparecen productos que superan a los nuestros o si la forma de comercialización de la competencia es más atractiva que la nuestra.

Ejemplo de amenazas: Crecimiento o agudeza de la competencia, carencia o crisis en el abastecimiento de materias primas, inestabilidad cambiaria y política, empobrecimiento de los consumidores, precios elevados de personal calificado, normas de calidad o ambientalistas drásticas o que la empresa no pueda cumplir.

Una amenaza es un peligro operante, es activo, funcional y progresa.

Ejemplos típicos de los factores en un diagrama de análisis FODA:

| | |
|--|--|
| <p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> Experiencia en marketing especializado Acceso exclusivo a recursos naturales Patentes Producto o servicio nuevo e innovador Ubicación de su negocio Ventaja del costo con conocimientos técnicos propios Procesos y procedimientos de calidad Fuerte reputación o marca | <p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> Falta de experiencia en marketing especializado Productos y servicios indiferenciados (es decir, en relación a sus competidores) Ubicación de su compañía Los competidores tienen mejor acceso a los canales de distribución Mala calidad de mercancías o servicios Reputación dañada |
| <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> Mercados en desarrollo (China, Internet) Fusiones, empresa a riesgo compartido, o alianzas estratégicas Mudanza a nuevos segmentos atractivos del mercado Un nuevo mercado internacional Relajación de las regulaciones Retiro de barreras comerciales internacionales Un mercado liderado por un competidor débil | <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> Un nuevo competidor en su propio mercado interior Guerra de precios El competidor tiene un nuevo producto o servicio sustituto o innovador Nuevas regulaciones Barreras comerciales crecientes Nuevos impuestos potenciales en su producto o servicio |

MATRIZ DE LA CONFRONTACIÓN

| | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| <div> <div>Factores internos</div> <div>Factores externos</div> </div> | Fortalezas internas (F) | Debilidades internas (D) |
| | Estrategia FO: maxi-maxi | Estrategia DO: mini-maxi |
| | Estrategia FA: maxi-mini | Estrategia DA: mini-mini |