

## Segundo parcial Introducción a la Administración 2024(III)

Nombre(s) completo(s) estudiante(s): \_\_\_\_William Andrés Gómez Roa\_\_\_\_

A continuación, encontrará 3 ejercicios que componen el presente examen parcial. Desarrolle cada uno de ellos, respondiendo sus respectivas preguntas debajo de cada una de ellas. Al final de este documento podrá encontrar la rúbrica por medio de la cual usted será evaluado.

Condiciones del parcial:

- Parcial individual o de grupos de a 2 personas máximo
- Modalidad: virtual
- Duración de 1h 30min
- Inicio: 5 de octubre de 2024, a las 5:00pm
- Fin: 5 de octubre de 2024, a las 6:30pm (**no se aceptarán entregas extemporáneas**)
- Es obligatorio consignar en el encabezado los nombres completos de cada uno de los integrantes del grupo conformado, solo ellos recibirán la nota correspondiente (igualmente si es un trabajo individual)
- Formato: El documento deberá enviarse en formato Word o PDF
- Envío del parcial: El documento deberá subirse únicamente en la plataforma Brightspace (Campus Virtual), en el sitio de Evaluaciones/ Buzón/ "Parcial no. 2", por parte de uno de los integrantes del equipo conformado (igualmente si es un trabajo individual)
- Utilice una IA para responder las preguntas incluya el prompt y la respuesta sin modificar. Y la crítica que ustedes le hacen a esa respuesta.
- Acudir a una de las herramientas de Inteligencia Artificial (IA) disponibles, redacte un prompt y adjúntelo junto con la respuesta –por favor pegar el texto de dichas respuestas con sus respectivas fuentes–.
- Critique la respuesta de la IA identificando cuáles argumentos son consistentes y cuáles son inconsistentes.
- Las respuestas no deben superar las 70 palabras por pregunta de cada tema.

### Tema Planeación

#### **KONECTA**

La industria de Customer Experience (CX) y Business Process Outsourcing (BPO) tuvo un verdadero impulso durante la pandemia y ha impactado muy favorablemente en los países que se han convertido en hubs de sus operaciones. "La industria va a crecer en los próximos seis años entre 4 y 8 por ciento. En este entorno, Konecta está entre los grandes ganadores de la industria en Latinoamérica, con una capacidad de crecimiento increíble: al comparar 2022 vs 2021 crecimos 30% ingresos y 20% en ebitda, crecimiento que esperamos mantener en el tiempo." comentó Mariano Castaños, CEO para las Américas de Konecta. Para atender a este crecimiento, en tres años la empresa espera tener 75.000 empleados, lo que implica un incremento de 25% en su personal en los países Latinoamericanos donde opera y ventas superiores a los US\$574 millones, independientemente de las tendencias políticas en la región.

"En Colombia, aunque la desaceleración económica ha llevado a que sus clientes apliquen medidas de ahorro y reducción de presupuestos, la compañía de BPO Konecta espera crecer en esta década

por encima del mercado, es decir más del 7% aunque el año pasado crecimos alrededor del 15% frente al 2022” dice Óscar Velásquez country manager en Colombia. Para lograrlo, en el país nos estamos enfocando básicamente en tres frentes. Un primer frente es la consolidación de los clientes actuales pues para el año entrante esperamos no solo renovar el 100% de los contratos actuales sino una ampliación de la base de clientes en los sectores líderes. Un segundo frente es incrementar las exportaciones de nuestros servicios por encima de lo que logra el mercado esto es, por encima del 30% de nuestros ingresos totales. Y un tercer frente es acelerar la propuesta de servicios digitales que estaban apalancados muchísimo en interacciones de voz, pero que han venido cambiando por temas digitales, por inteligencia artificial, por bots automatizados y por estudios de interacciones en redes sociales. Además, con Mercado Libre estamos construyendo un hub en Bogotá, de customer care y support para el market place. Desde allí atenderán los mercados de Argentina, Brasil, Chile y México.

1. Redacte al menos dos (2) objetivos estratégicos para Konecta en Colombia.

**Prompt:** “Si los Planes Estratégicos se aplican a toda la organización, fijan metas generales, buscan posicionar la organización en su contexto y tienen un horizonte temporal superior a un año, pero no mayor a tres. Entonces redacte al menos dos (2) objetivos estratégicos para Konecta en Colombia”

**Respuesta:**

#### Objetivos Estratégicos para Konecta en Colombia

- Ampliación de la Base de Clientes en Sectores Clave:
  - Objetivo: Incrementar la base de clientes en sectores estratégicos (como telecomunicaciones, retail y tecnología) en un 25% para finales de 2025, mediante la implementación de estrategias de marketing personalizadas y el fortalecimiento de relaciones comerciales.
  - Justificación: Este objetivo busca diversificar la cartera de clientes de Konecta y aumentar la estabilidad de ingresos, aprovechando el crecimiento proyectado en la industria de BPO en Colombia.
- Transformación Digital y Mejora de Servicios:
  - Objetivo: Implementar un sistema de automatización y soluciones basadas en inteligencia artificial para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente en un 30% para el año 2026, con el fin de adaptarse a las nuevas demandas del mercado y a las tendencias digitales.
  - Justificación: Este objetivo está alineado con la necesidad de modernizar los servicios ofrecidos por Konecta y mantener su competitividad en un entorno en constante evolución, permitiendo a la empresa posicionarse como líder en innovación dentro del sector.

Estos objetivos están diseñados para ser alcanzables dentro de un horizonte temporal de uno a tres años y contribuyen a la consolidación y crecimiento de Konecta en el mercado colombiano.

**Fuente:** ChatGPT

**Critica:** Correcto. Se plantean objetivos estratégicos que se aplican a toda la organización, fijan metas generales, buscan posicionar la organización en su contexto y tienen un horizonte temporal superior a un año. Además, el tema de ambos objetivos es adecuado para la organización mencionada.

2. Redactar al menos tres (3) objetivos operativos que contribuya a cada objetivo estratégico que se estableció en la pregunta anterior. Cada objetivo operativo debe contener toda la información necesaria para que su equipo de trabajo sepa cómo proceder.

**Prompt:** “Dado que los Planes operativos especifican los detalles de cómo van a alcanzarse las metas generales. Comprenden periodos de meses, semanas o días. Entonces, redactar al menos tres (3) objetivos operativos que contribuya a cada objetivo estratégico que se estableció en la pregunta anterior. Cada objetivo operativo debe contener toda la información necesaria para que su equipo de trabajo sepa cómo proceder.”

**Respuesta:**

Objetivos Operativos para el Objetivo Estratégico 1: Ampliación de la Base de Clientes en Sectores Clave

- Realización de un Análisis de Mercado:
  - Objetivo Operativo: Completar un análisis de mercado en los sectores de telecomunicaciones, retail y tecnología en un plazo de tres meses, identificando al menos 15 empresas potenciales para la adquisición de nuevos clientes.
  - Acciones:
    - Asignar un equipo de marketing e investigación de mercado.
    - Utilizar herramientas de análisis de datos para identificar oportunidades y necesidades del mercado.
    - Presentar un informe con las conclusiones y recomendaciones para el equipo comercial.
- Desarrollo de Estrategias de Marketing Personalizadas:
  - Objetivo Operativo: Diseñar y ejecutar campañas de marketing personalizadas para al menos cinco nuevos clientes potenciales en un plazo de seis meses.
  - Acciones:
    - Crear materiales de marketing específicos que resalten los servicios de Konecta y su valor agregado.
    - Implementar campañas en redes sociales y eventos de networking en la industria.
    - Monitorear y evaluar la efectividad de las campañas mediante métricas de respuesta y conversión.
- Fortalecimiento de Relaciones Comerciales:

- Objetivo Operativo: Programar reuniones de seguimiento con al menos 10 clientes actuales y potenciales cada mes durante un año para fortalecer relaciones y explorar oportunidades de expansión.
- Acciones:
  - Designar a un equipo de ventas para establecer contacto y programar reuniones.
  - Utilizar un CRM para gestionar el seguimiento y la documentación de las interacciones.
  - Elaborar un informe mensual sobre las reuniones y oportunidades identificadas.

---

#### Objetivos Operativos para el Objetivo Estratégico 2: Transformación Digital y Mejora de Servicios

- Implementación de Soluciones de Automatización:
  - Objetivo Operativo: Identificar e implementar al menos dos nuevas herramientas de automatización en los procesos de atención al cliente en un plazo de seis meses.
  - Acciones:
    - Investigar y seleccionar herramientas de automatización adecuadas.
    - Capacitar al personal en el uso de las nuevas herramientas.
    - Evaluar el impacto de la automatización en la eficiencia operativa mediante métricas específicas.
- Capacitación del Personal en Inteligencia Artificial:
  - Objetivo Operativo: Realizar talleres de capacitación en inteligencia artificial y análisis de datos para al menos 50 empleados en un plazo de cuatro meses.
  - Acciones:
    - Contratar expertos en inteligencia artificial para impartir los talleres.
    - Desarrollar un plan de formación que incluya contenidos teóricos y prácticos.
    - Realizar evaluaciones al final de cada taller para medir el aprendizaje y la aplicación de los conocimientos.
- Establecimiento de Indicadores de Rendimiento:
  - Objetivo Operativo: Definir y establecer al menos cinco indicadores de rendimiento clave (KPIs) relacionados con la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente en un plazo de tres meses.
  - Acciones:
    - Reunir a un equipo multidisciplinario para identificar los KPIs más relevantes.
    - Documentar los métodos de medición y establecer una línea base para cada KPI.
    - Implementar un sistema de seguimiento y reporte mensual para evaluar el progreso hacia los objetivos de mejora.

Estos objetivos operativos proporcionan un enfoque claro y detallado para alcanzar los objetivos estratégicos de Konecta, asegurando que el equipo de trabajo tenga una comprensión clara de las acciones necesarias y los plazos establecidos.

**Fuente:** ChatGPT

**Critica:** Correcto. Los 3 objetivos especifican claramente los detalles de cómo van a alcanzarse las metas generales y su tiempo es más corto que los objetivos específicos. Además, se incluyen acciones en cada objetivo con el fin de que el equipo de trabajo sepa cómo desarrollarlo.

3. Haga una revisión del entorno de la empresa Konecta tanto a nivel Colombia como Latam e indique al menos tres (3) posibles obstáculos y tres (3) facilitadores de los objetivos propuestos.

**Prompt:** “Haga una revisión del entorno de la empresa Konecta tanto a nivel Colombia como Latam e indique al menos tres (3) posibles obstáculos y tres (3) facilitadores de los objetivos propuestos.”

**Respuesta:**

Revisión del Entorno de Konecta

A. Contexto en Colombia:

- Crecimiento del Mercado BPO y CX: La industria de BPO y experiencia del cliente ha tenido un crecimiento significativo, especialmente en el contexto de la pandemia, lo que ha llevado a un aumento en la demanda de estos servicios.
- Desaceleración Económica: A pesar de las oportunidades, la desaceleración económica en Colombia puede impactar el presupuesto de los clientes, llevando a medidas de ahorro y reducción de costos.
- Transformación Digital: Las empresas están cada vez más enfocadas en la transformación digital, lo que requiere que Konecta se adapte rápidamente a las nuevas tecnologías y tendencias del mercado.

---

B. Contexto en Latinoamérica:

- Consolidación de Mercados: Muchos países de la región están invirtiendo en convertirse en hubs de BPO, lo que puede aumentar la competencia en el sector.
- Inversión en Innovación: Existe un enfoque creciente en la innovación tecnológica, especialmente en inteligencia artificial y automatización, lo que puede beneficiar a empresas como Konecta si se implementan adecuadamente.
- Condiciones Políticas Variables: La inestabilidad política en algunos países latinoamericanos puede afectar las operaciones y la planificación estratégica de las empresas en la región.

Obstáculos para los Objetivos Propuestos

- Condiciones Económicas Adversas: La desaceleración económica en Colombia puede llevar a que los clientes reduzcan sus presupuestos para servicios de BPO, afectando la capacidad de Konecta para crecer y consolidar su base de clientes.

- Falta de Adaptación a la Tecnología: Si Konecta no logra implementar rápidamente las soluciones digitales y automatizadas, podría perder competitividad frente a otros proveedores que sí lo hagan.
- Competencia Creciente: La consolidación de otros hubs de BPO en Latinoamérica puede intensificar la competencia, lo que dificultará la adquisición de nuevos clientes y el fortalecimiento de relaciones comerciales.

#### Facilitadores para los Objetivos Propuestos

- Crecimiento de la Demanda de Servicios BPO: El aumento en la demanda de servicios de BPO y CX debido a la transformación digital y las necesidades cambiantes de los clientes puede facilitar la ampliación de la base de clientes y el crecimiento de ingresos.
- Colaboraciones Estratégicas: Alianzas con empresas como Mercado Libre para construir hubs de atención al cliente en Bogotá pueden ofrecer oportunidades de crecimiento y acceso a nuevos mercados en la región.
- Capacitación y Desarrollo de Talento: La inversión en capacitación del personal en tecnologías emergentes, como inteligencia artificial y automatización, puede mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente, facilitando la transformación digital.

#### Resumen

La revisión del entorno de Konecta tanto en Colombia como en Latinoamérica revela un panorama con oportunidades significativas, pero también con desafíos que deben ser gestionados estratégicamente. Identificar y abordar estos obstáculos y facilitadores será crucial para el éxito de los objetivos propuestos por la empresa.

**Fuente:** ChatGPT

**Critica:** Hace un análisis claro y específico del entorno de Konecta tanto en Colombia como en Latinoamérica e indica los 3 facilitadores y 3 obstáculos posibles en el entorno de esta empresa. Tiene en cuenta en general las estrategias de planeación y proyección por medio de objetivos específicos y operacionales claramente definidos.

## Tema Organización

### **Procter & Gamble (P&G)**

Es una de las empresas multinacionales más grandes del mundo en productos de consumo, con un extenso portafolio que abarca categorías como cuidado del hogar, cuidado personal, cuidado de la salud y productos de belleza. Su éxito ha dependido en gran medida de su estructura organizacional y del diseño que ha adoptado a lo largo del tiempo para adaptarse a los cambios del mercado y satisfacer las necesidades de los consumidores.

Procter & Gamble se rige por una estructura matricial, que combina diferentes dimensiones organizacionales, incluyendo productos, regiones y funciones. Esto permite a la empresa ser flexible y responder rápidamente a las tendencias del mercado. Cada producto tiene un equipo responsable que puede consultarle desde varias funciones (marketing, ventas, finanzas, etc.) y regiones para asegurar una integración.

El enfoque en la innovación es clave, lo que ha llevado a la creación de equipos multifuncionales que fomentan la colaboración entre diferentes disciplinas, así como a la incorporación de feedback directo de los consumidores en el desarrollo de productos.

**Pregunta:**

1. ¿Qué papel desempeñan los equipos multifuncionales en la estructura de P&G para satisfacer las necesidades del consumidor? ¿Qué ventajas y desventajas implicaría esta forma de estructurar el trabajo de la organización?

**Prompt:** “Según la lectura del caso de P&G, ¿Qué papel desempeñan los equipos multifuncionales en la estructura de P&G para satisfacer las necesidades del consumidor? ¿Qué ventajas y desventajas implicaría esta forma de estructurar el trabajo de la organización? Trata de ser más conciso en tu respuesta por favor.”

**Respuesta:**

Papel de los Equipos Multifuncionales en P&G

Los equipos multifuncionales en Procter & Gamble (P&G) son clave para:

- Fomentar Innovación: Integran diversas perspectivas que enriquecen el desarrollo de productos.
- Responder Rápido al Mercado: Permiten adaptarse ágilmente a las tendencias y necesidades del consumidor.
- Incorporar Feedback: Facilitan la integración de opiniones de los consumidores en el proceso de desarrollo.

Ventajas

- Flexibilidad: Adaptación rápida a cambios del mercado.
- Innovación Acelerada: Generación de ideas creativas y efectivas.
- Mejor Toma de Decisiones: Diversidad de habilidades que mejora la calidad de las decisiones.

Desventajas

- Confusión de Roles: Pueden surgir malentendidos sobre responsabilidades.
- Tiempos de Decisión Largos: Colaboraciones pueden alargar el proceso decisional.
- Recursos Compartidos: Puede haber sobrecarga de trabajo y dificultad en la asignación eficiente de recursos.

**Fuente:** ChatGPT

**Critica:** Falta. Si bien menciona las ventajas y desventajas que existen en P&G, no deja claro que se trata de una estructura de proyecto de matriz, donde los especialistas regresan a su área original cuando el proyecto concluye para hacer a la organización más flexible pero compleja de formar.

2. ¿Qué tipo de formalización, especialización, o centralización de los procesos requeriría dicha estructura?

**Prompt:** “¿Qué tipo de formalización, especialización, o centralización de los procesos requeriría dicha estructura?”

**Respuesta:**

Formalización, Especialización y Centralización en P&G

- Formalización:

- Moderada a Alta: Aunque los equipos multifuncionales requieren cierta flexibilidad, es necesario establecer procedimientos y normas claras para guiar la colaboración y asegurar la alineación con los objetivos organizacionales.
- Especialización:
  - Alta: Se necesita especialización en áreas específicas (marketing, finanzas, desarrollo de productos) para aportar conocimientos y habilidades que enriquezcan el proceso de desarrollo de productos y la toma de decisiones.
- Centralización:
  - Baja: La estructura matricial favorece la descentralización, permitiendo que los equipos tomen decisiones rápidas y autónomas. Sin embargo, se mantiene un nivel de supervisión central en la estrategia general y los objetivos a largo plazo.

#### Resumen

La estructura de P&G requiere una formalización moderada, alta especialización en funciones clave y baja centralización para fomentar la agilidad y la innovación en el desarrollo de productos.

**Fuente:** ChatGPT

**Critica:** Incompleta. En general se enfoca en explicar los equipos funcionales y da poca importancia a la estructura de matriz de la organización. Sin embargo, la justificación y respuesta dada son correctas y óptimas para describir a la organización.

### 3. ¿Según el texto, esta estructura a qué factor contextual o contingencia responde y por qué?

**Prompt:** “¿Según el texto, esta estructura a qué factor contextual o contingencia responde y por qué?”

#### **Respuesta:**

La estructura de Procter & Gamble (P&G) responde principalmente al factor contextual de la complejidad del entorno competitivo.

#### Razones:

- Adaptabilidad al Mercado: La industria de productos de consumo es dinámica, con cambios constantes en las preferencias de los consumidores. La estructura matricial y los equipos multifuncionales permiten a P&G adaptarse rápidamente a estas variaciones.
- Diversidad de Productos y Regiones: P&G opera en múltiples categorías de productos y regiones, lo que requiere una organización flexible que pueda responder a diversas demandas locales y globales.
- Enfoque en Innovación: La necesidad de innovar continuamente para mantenerse competitivos en el mercado también impulsa la creación de equipos que integren múltiples disciplinas, facilitando el desarrollo ágil de nuevos productos.

#### Resumen

La estructura de P&G responde a la complejidad del entorno competitivo, permitiendo adaptabilidad, diversidad operativa y un fuerte enfoque en la innovación.

**Fuente:** ChatGPT



**Critica:** La respuesta identifica correctamente que la estructura de P&G responde a la complejidad del entorno competitivo, pero podría ser más concisa. Aunque menciona la adaptabilidad y la innovación, falta profundidad y ejemplos concretos que ilustren cómo estos factores influyen en su éxito. Además, conectar la respuesta con teorías organizacionales fortalecería el análisis y proporcionaría un contexto más sólido. Un enfoque más reflexivo sobre el futuro también enriquecería la conclusión.

## **Tema Control**

### **Vélez y otras marcas que lideran el sector de la marroquinería en 2021**

Las 10 empresas analizadas en esta categoría tuvieron unas ventas \$1,3 billones con un crecimiento del 47,7% con respecto al 2020. El Líder de la categoría es Cueros Vélez con un crecimiento en facturación del 45,1% con respecto a 2020. Adicionalmente al mercado nacional, la compañía está presente en Perú, Guatemala, El Salvador, Costa Rica y Panamá, donde completa cerca de 300 tiendas. La empresa opera también otras dos marcas, Nappa y Tannino. La segunda empresa en importancia es Tutto, cuyas ventas el año anterior alcanzaron los \$ 390.472 millones un 39,5% más que el 2020. Tutto cuenta hoy con un amplio portafolio de productos que incluyen prendas de vestir, accesorios, artículos de viaje, maletas, maletines y prendas de protección, así como accesorios para mascotas. El pódium lo completa Bosi cuyas ventas se situaron en los \$ 216.868 millones con un crecimiento del 56,9% en sus tres empresas que conforman su ecosistema empresarial, que genera cerca de 1.300 empleos directos y 600 indirectos en su cerca de 155 tiendas en Colombia y 3 en Ecuador. Las marcas que más crecieron fueron Mario Hernández, Prune y Louis Vuitton con unas ventas adicionales del 70,2%, 66,5% y 65,1% respectivamente. Mientras que las que más ganancias obtuvieron fueron Vélez, Bosi y Tutto.

Usted, que está en Vélez, sacó este resumen del informe sobre el sector en 2021 porque lo necesita para enseñar a su colega un ejemplo **de control de mercado relacionado con el desempeño de las tiendas en comparación con las ventas totales.**

1. Defina un objetivo de crecimiento para el 2022, con sus respectivas metas.
2. ¿Qué tipo de control (concurrente, posterior, o anticipado) aplicaría para ese objetivo y metas?
3. ¿De acuerdo con lo anterior qué acciones correctivas propondría con los posibles resultados obtenidos en estos puntos? Justifique a partir del proceso de control estudiado.

**Prompt:** “Usted, que está en Vélez, sacó este resumen del informe sobre el sector en 2021 porque lo necesita para enseñar a su colega un ejemplo de control de mercado relacionado con el desempeño de las tiendas en comparación con las ventas totales. 1. Defina un objetivo de crecimiento para el 2022, con sus respectivas metas. 2. ¿Qué tipo de control (concurrente, posterior, o anticipado) aplicaría para ese objetivo y metas? 3.¿De acuerdo con lo anterior qué acciones correctivas propondría con los posibles resultados obtenidos en estos puntos? Justifique a partir del proceso de control estudiado.”

### **Respuesta:**

1. Objetivo de Crecimiento para 2022

Objetivo General: Aumentar las ventas de Cueros Vélez en un 15% respecto al 2021.

Metas Específicas:

- Incrementar el número de tiendas: Abrir 30 nuevas tiendas en los mercados existentes y en nuevas regiones.
  - Mejorar la satisfacción del cliente: Lograr un índice de satisfacción del cliente superior al 90% mediante encuestas y feedback directo.
  - Expandir el portafolio de productos: Lanzar al menos 5 nuevas líneas de productos en la categoría de marroquinería.
- 

## 2. Tipo de Control a Aplicar

Control Concurrente: Este tipo de control se centra en monitorear las operaciones y resultados mientras se están llevando a cabo. Se aplicaría para asegurar que las estrategias de crecimiento se implementen de manera efectiva y en tiempo real.

Justificación:

- Permite ajustes inmediatos en las tácticas si se identifica que alguna tienda no está alcanzando sus metas de ventas.
  - Facilita la adaptación rápida a las preferencias del cliente, lo que es crucial en un entorno competitivo.
- 

## 3. Acciones Correctivas Propuestas

Posibles Resultados Obtenidos:

- Resultado Positivo: Si se logra el aumento del 15% en ventas, seguir invirtiendo en nuevas tiendas y en el desarrollo de productos.
- Resultado Negativo: Si no se alcanzan las metas, se deben implementar acciones correctivas.

Acciones Correctivas:

1. Revisión de Estrategias de Marketing: Si las ventas son inferiores a lo esperado, se debe evaluar la efectividad de las campañas publicitarias y ajustar el enfoque (mayor énfasis en promociones o en canales digitales).
2. Capacitación del Personal: Proporcionar formación adicional a los empleados de las tiendas para mejorar la atención al cliente y maximizar las ventas.
3. Análisis de Mercados Específicos: Realizar un análisis profundo de las áreas donde se han abierto nuevas tiendas para identificar si se requieren ajustes en el inventario o en las ofertas de productos.

Justificación del Proceso de Control:

El proceso de control implica establecer estándares, medir el desempeño real y comparar los resultados. Aplicar control concurrente permite identificar desvíos de inmediato y tomar acciones correctivas antes de que se conviertan en problemas significativos. La capacidad de adaptarse rápidamente a las circunstancias cambiantes es esencial para mantener la competitividad en el sector de la marroquinería.

**Fuente:** ChatGPT

**Crítica:** La respuesta en cada caso fue clara y correcta con lo que se esperaba. El objetivo de crecimiento fue correctamente definido con sus metas, el tipo de control concurrente fue

el que se esperaba para este caso donde se quiere monitorear constantemente la organización durante el desarrollo del proyecto. Las tres estrategias correctivas son adecuadas y acordes con el objetivo y el método de control seleccionado. Además, se incluye una justificación correcta sobre el control concurrente.

#### Rúbrica – criterios de evaluación

Categoría	Descripción	Puntaje máximo	Resultado
Condiciones del parcial			
Seguimiento de instrucciones	El estudiante sigue al pie de la letra las instrucciones establecidas al inicio del presente documento	0.5	
Ejercicio no. 1 - planear			
Plan estratégico	Se redactó un objetivo estratégico: <input type="checkbox"/> Acorde con contexto <input type="checkbox"/> Con estructura gramatical indicada <input type="checkbox"/> Con elementos explícitos según el tipo de planeación	0.5	
Plan operativo	Se redactó un objetivo estratégico: <input type="checkbox"/> Acorde con contexto <input type="checkbox"/> Acorde con objetivo estratégico <input type="checkbox"/> Con estructura gramatical indicada <input type="checkbox"/> Con elementos explícitos según el tipo de planeación	0.5	
Técnicas para evaluar el entorno	<input type="checkbox"/> Se identificaron mínimo 3 buenas	0.5	

	prácticas de otras empresas <input type="checkbox"/> Se anotaron las respectivas referencias mencionado la empresa donde se halló dicha información		
Ejercicio no. 2 – organizar (diseño organizacional) y controlar			
Estructura organizacional	<input type="checkbox"/> Se identifica la estructura correcta, correspondiente a la descripción que presentó Henry <input type="checkbox"/> Se menciona correctamente una ventaja de dicha estructura <input type="checkbox"/> Se menciona correctamente una desventaja de dicha estructura	0.5	
Fayol y Weber	<input type="checkbox"/> Se identifica mínimo una razón correcta por la que H. Fayol no estaría de acuerdo con dicha estructura <input type="checkbox"/> Se identifica mínimo una razón correcta por la que M. Weber no estaría de acuerdo con dicha estructura	0.5	
Control	<input type="checkbox"/> Se identifica el (los) tipo(s) de control aplicados en el caso <input type="checkbox"/> Se justifica correctamente la respuesta dada	0.5	
Ejercicio no. 3 – organizar (áreas funcionales)			
Selección	Elección correcta	0.5	
Áreas funcionales	<input type="checkbox"/> Se nombraron las 3 áreas funcionales correctas <input type="checkbox"/> Se justificó con argumento lógico	0.5	
Evolución	<input type="checkbox"/> Se nombró el área funcional correcta que más ha evolucionado <input type="checkbox"/> Se justificó con argumento lógico	0.5	

Total	5	
-------	---	--