



Administración I

Proyecto Modular: Aplicación de una buena Gestión Empresarial Administrativa

Tutor: Gabriela Esparza Chávez

Estudiante: José Ramón Ibáñez Posadas

Matricula: BNL098377

Monterrey, Nuevo León

sábado, 02 de septiembre de 2023

INTRODUCCIÓN

En el mundo empresarial actual, aspectos como la responsabilidad social, la ética empresarial y la gestión de la reputación se han vuelto de suma importancia.

Las empresas ya no se limitan únicamente a buscar el éxito económico, ahora se espera que también actúen de manera ética, sostenible y responsable hacia la sociedad y el medio ambiente.

Las organizaciones buscan construir una reputación sólida basada en la confianza, la transparencia y la calidad de sus productos o servicios.

En este proyecto modular, hemos explorado la importancia de la responsabilidad social, que implica un compromiso hacia el bienestar de la sociedad y el cuidado del medio ambiente.

También hemos hablado de la ética empresarial, que abarca los principios y valores morales que rigen el comportamiento en las organizaciones.

Además, hemos analizado la relevancia de la gestión de la reputación, la cual puede influir en las decisiones de los clientes y en el éxito a largo plazo de una empresa.

A lo largo de este proyecto modular, hemos destacado cómo estos aspectos están interrelacionados y cómo su adecuada implementación puede fortalecer la imagen, la cultura y la sostenibilidad de una organización en el mercado actual.

CUESTIONARIO

1. ¿Cuáles son las ventajas que presenta la creación de una empresa?	<p>La creación de una empresa presenta varias ventajas, como la posibilidad de generar ingresos y crecimiento económico, la oportunidad de innovar y desarrollar nuevas ideas, la capacidad de atraer inversión y financiamiento, la creación de empleo y oportunidades laborales, y la posibilidad de establecer una marca y reconocimiento en el mercado.</p>
2. ¿Cuáles son los tipos de empresa que existen?	<p>Existen diferentes tipos de empresas que pueden clasificarse según distintos criterios. Algunas de las principales categorías incluyen:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Según su forma jurídica:<ul style="list-style-type: none">- Empresas individuales: Son negocios propiedad de una sola persona. El propietario asume la responsabilidad total de las deudas y decisiones de la empresa.- Sociedades de Responsabilidad Limitada (SRL): Son empresas que cuentan con dos o más socios, y la responsabilidad de estos se limita al capital aportado.- Sociedades Anónimas (SA): Son empresas conformadas por accionistas que aportan capital y tienen responsabilidad limitada al valor de sus acciones.- Cooperativas: Son organizaciones conformadas por socios que se unen para

	<p>satisfacer sus necesidades económicas y sociales de forma colectiva.</p> <p>2. Según su actividad económica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empresas industriales: Se dedican a la producción o transformación de bienes. - Empresas comerciales: Se dedican a la compra y venta de bienes. - Empresas de servicios: Se enfocan en brindar servicios a los clientes, como consultoría, asesoría, turismo, entre otros. <p>3. Según su tamaño:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Microempresa: Cuenta con pocos empleados y bajo volumen de ventas. - Pequeña empresa: Tiene más empleados y mayores ventas que una microempresa, pero aún es de pequeña escala. - Mediana empresa: Es más grande que una pequeña empresa pero no alcanza los niveles de una gran corporación. - Gran empresa: Es grande en términos de empleados y volumen de ingresos. <p>Estas son solo algunas de las categorías más comunes, y es importante tener en cuenta que existen muchas otras clasificaciones posibles, dependiendo del contexto y el país en el que se encuentre la empresa.</p>
3. ¿Menciona un ejemplo de una	Un ejemplo de una empresa centralizada

<p>empresa centralizada?</p>	<p>podría ser una gran cadena de tiendas minoristas con una única sede central desde donde se toman todas las decisiones importantes y se coordinan las operaciones de todas las tiendas. En este caso, la autoridad y el control se concentran en la sede central y se dictan directrices y políticas que deben seguir todas las sucursales.</p> <p>Por ejemplo, una empresa de retail internacional como Wal-Mart.</p>
<p>4. Pizza Hut, Oxxo y 7 Eleven, ¿son ejemplos de empresas centralizadas, descentralizadas o franquiciatarias?</p>	<p>Pizza Hut, Oxxo y 7 Eleven son ejemplos de empresas franquiciatarias.</p> <p>En el caso de las franquicias, existe un acuerdo entre el propietario de la marca (franquiciador) y el individuo o empresa que desea abrir una sucursal bajo esa marca (franquiciado). El franquiciado obtiene los derechos de usar la marca, el know-how y los procesos de la empresa matriz a cambio de una regalía o pago.</p> <p>Si bien las franquicias pueden adoptar características tanto centralizadas como descentralizadas en ciertos aspectos de su operación, en general se consideran formas de descentralización en términos de propiedad y gestión. Esto se debe a que cada sucursal de Pizza Hut, Oxxo y 7 Eleven, aunque operen bajo una marca y sigan ciertos estándares y directrices establecidos por la empresa matriz, son propiedad y operadas por diferentes</p>

	<p>franquiciados que tienen cierta autonomía para tomar decisiones locales.</p> <p>Es importante tener en cuenta que estas empresas también pueden tener aspectos centralizados en términos de desarrollo de productos, mercadotecnia y otros aspectos estratégicos que son gestionados por la empresa matriz.</p>
<p>5. Una compañía telefónica, un restaurante y un hospital son empresas que, según su actividad económica, ¿a qué sector pertenecen: comercial, industrial o de servicio?</p>	<p>Según su actividad económica, las empresas mencionadas pertenecen a los siguientes sectores:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Compañía telefónica: Pertenecería al sector de servicios. Las compañías telefónicas brindan servicios de comunicación y conectividad a través de la provisión de servicios telefónicos, internet y telecomunicaciones en general. 2. Restaurante: Pertenecería al sector de servicios. Los restaurantes se dedican a brindar servicios de alimentación y bebidas a los clientes. 3. Hospital: Pertenecería al sector de servicios. Los hospitales son instituciones que brindan servicios de atención médica y cuidados de salud a los pacientes. <p>Es importante destacar que esta clasificación se basa en la actividad económica principal de estas empresas. Sin embargo, es posible que algunas empresas tengan características de más de un sector, como los hospitales privados que también</p>

	<p>pueden tener componentes comerciales o industriales en su operación.</p>
<p>6. ¿Cuál es el objetivo de la teoría clásica?</p>	<p>El objetivo de la teoría clásica, también conocida como administración científica, es mejorar la eficiencia y productividad en las organizaciones. Esta teoría fue desarrollada principalmente por Frederick Taylor y Henri Fayol a principios del siglo XX.</p> <p>La teoría clásica se enfoca en la estructura y la organización jerárquica de las empresas, buscando maximizar la eficiencia a través de la división del trabajo, la especialización de tareas y la estandarización de procesos. Algunos de los principales objetivos de la teoría clásica son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar la eficiencia: La teoría clásica busca encontrar métodos y técnicas que permitan mejorar la eficiencia de los trabajadores y de la organización en su conjunto. Esto se logra mediante el análisis y la optimización de los procesos de trabajo. 2. Establecer principios de administración: La teoría clásica busca establecer principios y normas de gestión que guíen la toma de decisiones y la operación de la organización. Estos principios incluyen la división del trabajo, la autoridad y responsabilidad, la jerarquía, la disciplina, entre otros. 3. Mejorar la coordinación y comunicación:

	<p>La teoría clásica propone la estructuración formal de la organización y la definición clara de las responsabilidades y niveles jerárquicos para lograr una mejor coordinación y comunicación entre los diferentes miembros de la organización.</p> <p>En resumen, el objetivo de la teoría clásica es mejorar la eficiencia y productividad de las organizaciones mediante la aplicación de principios de administración y la optimización de los procesos de trabajo.</p>
7. ¿En la teoría moderna qué papel juegan los stakeholders?	<p>En la teoría moderna, los stakeholders desempeñan un papel fundamental en la gestión y operación de las organizaciones. La teoría de los stakeholders reconoce que una empresa no solo tiene la responsabilidad de maximizar el valor para los accionistas, sino que también debe considerar los impactos y las necesidades de todas las partes interesadas o stakeholders involucrados en la organización.</p> <p>Los stakeholders son individuos o grupos que tienen un interés legítimo o una "participación" en las actividades de la organización y pueden ser afectados o afectar a la empresa. Algunos ejemplos comunes de stakeholders incluyen empleados, clientes, proveedores, accionistas, comunidades locales, gobierno y sociedad en general.</p>

	<p>En la teoría moderna, se reconoce que la gestión exitosa de los stakeholders implica la identificación y comprensión de las expectativas y necesidades de cada grupo interesado. Esto implica establecer una comunicación efectiva, establecer relaciones mutuamente beneficiosas y tomar decisiones que equilibren los intereses de los stakeholders.</p> <p>La teoría de los stakeholders sostiene que una gestión adecuada de los stakeholders puede tener beneficios tanto para la empresa como para la sociedad en general. Al considerar los intereses y expectativas de los stakeholders, las organizaciones pueden construir relaciones sólidas, reducir riesgos, promover la sostenibilidad y generar una reputación positiva en el mercado.</p> <p>En resumen, en la teoría moderna, los stakeholders juegan un papel esencial y se consideran como parte integral de la gestión y éxito de las organizaciones, reconociendo la importancia de abordar y equilibrar los intereses de múltiples grupos involucrados en la empresa.</p>
8. ¿Qué necesita una empresa para poder desarrollar exitosamente todas sus metas?	<p>Para que una empresa pueda desarrollar exitosamente todas sus metas, necesita tener en cuenta varios factores clave. Algunos de los elementos necesarios son:</p> <p>1. Visión clara y estrategia: Es fundamental que una empresa tenga una visión clara de</p>

	<p>hacia dónde quiere dirigirse y una estrategia bien definida para alcanzar sus metas. Esto implica establecer objetivos específicos y diseñar un plan de acción para lograrlos.</p> <p>2. Liderazgo efectivo: Un liderazgo sólido y efectivo es esencial para guiar y motivar a los miembros de la organización. Los líderes deben ser capaces de inspirar, tomar decisiones estratégicas, fomentar la innovación y brindar orientación a todos los niveles de la empresa.</p> <p>3. Talento y recursos adecuados: Una empresa necesita contar con el talento adecuado, incluyendo empleados competentes y capacitados. Además, debe tener los recursos financieros, tecnológicos y materiales necesarios para llevar a cabo sus operaciones y alcanzar sus metas.</p> <p>4. Cultura organizacional sólida: Una cultura organizacional positiva y sólida puede ser un factor determinante para el éxito de una empresa. Una cultura que promueva la colaboración, la innovación, la transparencia, el compromiso y el aprendizaje continuo puede ayudar a alinear a todos los miembros de la organización hacia las metas comunes.</p> <p>5. Adaptabilidad y resiliencia: En un entorno empresarial en constante cambio, la adaptabilidad y la resiliencia son cruciales para superar los desafíos y aprovechar las</p>
--	---

	<p>oportunidades. Las empresas deben ser capaces de ajustar rápidamente su estrategia cuando sea necesario y ser flexibles para enfrentar nuevos retos.</p> <p>6. Relaciones sólidas con stakeholders: El éxito de una empresa también depende de la creación y el mantenimiento de relaciones sólidas con sus stakeholders, incluidos clientes, proveedores, empleados y la comunidad en general. El establecimiento de relaciones basadas en la confianza y beneficio mutuo puede impulsar el éxito a largo plazo de una empresa.</p> <p>Estos son solo algunos de los elementos que una empresa necesita tener en cuenta para desarrollar exitosamente todas sus metas. Es importante recordar que cada empresa es única y puede requerir enfoques y elementos adicionales según su industria, tamaño y objetivos específicos.</p>
9. ¿Cómo se define una organización?	<p>En resumen, una organización se define como una entidad estructurada que agrupa a personas y recursos para trabajar hacia objetivos comunes, utilizando sistemas, procesos y una estructura jerárquica para lograr sus fines.</p>
10. La teoría de la organización ¿a qué hace referencia y cuál es su objetivo principal?	<p>La teoría de la organización hace referencia al estudio y análisis de las estructuras, procesos y comportamientos dentro de las organizaciones. Se centra en comprender cómo las organizaciones funcionan, cómo</p>

	<p>se forman y evolucionan, y cómo interactúan con su entorno.</p> <p>El objetivo principal de la teoría de la organización es desarrollar conocimientos y enfoques que puedan ayudar a mejorar la eficacia y eficiencia en las organizaciones. Busca comprender los factores que influyen en el diseño y el funcionamiento de las organizaciones, así como proporcionar marcos teóricos y modelos prácticos para su gestión.</p> <p>La teoría de la organización se basa en diversas disciplinas, como la sociología, la psicología, la economía y la ciencia política. Examina aspectos como la estructura organizativa, la cultura, el poder y la toma de decisiones, la motivación y la comunicación, entre otros.</p> <p>Algunos de los objetivos específicos de la teoría de la organización incluyen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender cómo se forman y evolucionan las organizaciones. 2. Analizar cómo se diseñan y modifican las estructuras organizativas. 3. Investigar cómo se toman decisiones y se establecen las relaciones de autoridad. 4. Estudiar cómo se gestionan y motivan los recursos humanos. 5. Explorar cómo se adaptan las organizaciones a su entorno cambiante.
--	---

	<p>6. Identificar las mejores prácticas y enfoques para mejorar el rendimiento organizativo.</p> <p>En última instancia, el objetivo principal de la teoría de la organización es generar conocimientos y principios prácticos que puedan ayudar a las empresas y organizaciones a mejorar su desempeño, su capacidad de adaptación y su sostenibilidad en el largo plazo.</p>
11. ¿Qué características tienen los objetivos?	<p>Los objetivos suelen tener algunas características comunes que los definen y los hacen efectivos. Estas características incluyen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Especificidad: Los objetivos deben ser claros y específicos, estableciendo con precisión qué se quiere lograr. Cuanto más específico sea un objetivo, más fácil será medir y evaluar su progreso y éxito. 2. Mensurabilidad: Los objetivos deben poder ser medidos y cuantificados de alguna manera. Deben ser formulados de manera que se puedan establecer indicadores o métricas claras para evaluar el progreso y el logro. 3. Alcanzables: Los objetivos deben ser desafiantes pero alcanzables. Deben ser realistas y basados en una evaluación adecuada de los recursos, las capacidades y las limitaciones de la organización.

	<p>4. Temporalidad: Los objetivos deben tener un plazo o un marco temporal definido. Deben establecerse fechas límite o hitos intermedios para orientar la acción y asegurar un seguimiento adecuado.</p> <p>5. Relevancia: Los objetivos deben estar alineados con la visión, la misión y los valores de la organización. Deben estar conectados con las necesidades y demandas del entorno, y contribuir al crecimiento y el éxito a largo plazo de la organización.</p> <p>6. Coherencia y congruencia: Los objetivos deben ser consistentes y coherentes entre sí, así como con otras metas y estrategias de la organización. Deben estar alineados y complementarse mutuamente para evitar posibles conflictos o contradicciones.</p> <p>7. Esfuerzo y desafío: Los objetivos deben ser lo suficientemente desafiantes como para motivar y movilizar a los miembros de la organización, generando un esfuerzo adicional y un compromiso con el logro de las metas establecidas.</p> <p>Estas características ayudan a garantizar que los objetivos sean claros, medibles y alcanzables, y proporcionan una guía efectiva para orientar el esfuerzo y el enfoque de la organización hacia resultados específicos y deseables.</p>
12. ¿Cómo se define la creación de	La creación de valor se define como el proceso o la acción de generar un beneficio

valor?	adicional o aumentar la utilidad para todas las partes interesadas en una situación determinada. En el contexto empresarial, la creación de valor se centra en ofrecer productos, servicios o soluciones que exceden las expectativas de los clientes y generan un retorno positivo para la empresa.
13. ¿Permite examinar y dividir la compañía en sus actividades estratégicas más relevantes?	el análisis de las actividades estratégicas permite examinar y dividir una compañía en sus actividades clave, tanto primarias como de apoyo, para comprender cómo crean valor y establecer las bases para la toma de decisiones estratégicas y operativas adecuadas.
14. Define la responsabilidad social.	La responsabilidad social se refiere al compromiso que tienen las empresas, organizaciones y personas de contribuir al bienestar de la sociedad y de actuar de manera ética y sostenible. Implica considerar no solo los intereses económicos y financieros, sino también los impactos sociales y ambientales de las actividades realizadas.
15. ¿Qué es la ética en las empresas?	La ética en las empresas se refiere a los principios y valores morales que guían el comportamiento y las decisiones dentro de una organización. Implica adoptar una conducta responsable, justa, transparente y respetuosa en todas las acciones y relaciones comerciales.
16. ¿A qué se refiere la reputación en	La reputación en las empresas se refiere a

<p>las empresas?</p>	<p>la percepción, la imagen y el prestigio que una organización tiene en la opinión de sus clientes, empleados, proveedores, inversores y la sociedad en general. Es el resultado de las experiencias, interacciones y acciones pasadas de la empresa, así como de su comportamiento ético y responsable.</p>
-----------------------------	---

DIAPOSITIVAS



Proyecto Modular
Presentación.p...

CONCLUSIÓN

En resumen, hemos explorado los conceptos de responsabilidad social, ética empresarial y gestión de la reputación, y cómo estos aspectos se entrelazan en el mundo empresarial actual.

La responsabilidad social implica que las empresas sean conscientes de su impacto en la sociedad y el medio ambiente, y tomen acciones para contribuir de manera positiva al bienestar de ambos.

La ética empresarial guía las decisiones y acciones de una organización, promoviendo la integridad, el respeto y la transparencia en todas las interacciones. Por último, la gestión de la reputación busca construir y mantener una imagen positiva y confiable basada en la calidad, confianza y satisfacción de los clientes, así como en el compromiso social y ambiental.

Estos conceptos no son independientes, sino que están intrínsecamente relacionados. Una empresa ética y socialmente responsable tiene mayores posibilidades de construir una reputación sólida y duradera, lo que a su vez puede impactar positivamente en su éxito y su relación con los clientes, empleados y socios comerciales.

En un mundo en constante evolución, donde los consumidores están cada vez más atentos al comportamiento de las empresas, la responsabilidad social, la ética empresarial y la gestión de la reputación juegan un papel crucial en la diferenciación y el posicionamiento de una organización. Aquellas empresas que entiendan la importancia de estos aspectos, y los integren de manera coherente en su cultura y estrategia, tendrán mayores oportunidades de prosperar y contribuir al desarrollo sostenible.

En última instancia, se trata de construir un entorno empresarial basado en principios éticos, responsabilidad social y transparencia, donde las empresas sean agentes de cambio positivo y generen impacto más allá de los resultados financieros. Al adoptar estos valores como pilares fundamentales, podemos

avanzar hacia un futuro empresarial más ético, sostenible y exitoso para todas las partes interesadas involucradas.

BIBLIOGRAFÍA

- Ethical Systems. (s.f.). Business Ethics. Recuperado el 17 de octubre de 2022, de <https://www.ethicalsystems.org/business-ethics/>
- Fernández Bessa, F. (2016). Ética Empresarial: Conceptos básicos y dilemas éticos. *Revista Internacional de Ética Empresarial y Organizaciones Sostenibles*, 1(1), 29-38.
- Ghosen, N., & González, L. (2018). La Reputación Corporativa como Ventaja Competitiva. *Revista Iberoamericana de Estrategia*, 17(3), 56-72.
- Kotler, P., & Lee, N. (2008). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Wiley.
- Maignan, I., Ferrell, O. C., & Ferrell, L. (2005). Corporate Social Responsibility and Marketing: An Integrative Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(1), 3-19.
- Melo, T., & Marrón, L. (2016). El valor estratégico de la reputación corporativa: ¿Por qué es tan importante para las organizaciones hoy? *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Humanas y Sociales*, 2(2), 168-182.
- Velázquez, M. (2018). Ética Empresarial y Responsabilidad Social Corporativa. En R. B. Bustos, T. Minervino, & A. Garduño (Eds.), *Ética Numérica: Reflexiones y perspectivas sobre ética referida a problemas técnicos, científicos y de la información* (pp. 275-290). Universidad Nacional Autónoma de México.