1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENIZAJE. No.1

- **Denominación del Programa de Formación**: Asistencia Administrativa
- Código del Programa de Formación: 122121 vr 2
- **Nombre del Proyecto** (si es formación Titulada). Fortalecimiento de procesos técnicos en empresas reales y simuladas de la estrategia de formación por proyectos en IE de Risaralda, con apoyo del grupo empresarial articulación.
- **Fase del Proyecto**: **ANALISIS**
- **Actividad de Proyecto** (si es formación Titulada): Identificar la aplicación de los procesos y procedimientos asistenciales administrativos de las empresas
- **Competencia**: Producir los documentos que se originen de las funciones administrativas, siguiendo la norma técnica y la legislación vigente.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:** Identificar las funciones, procedimientos, ubicación orgánico-funcional y dependencias asociadas a la unidad administrativa, dentro de la organización y su entorno.
- **Duración de la Guía**: 70 horas

2. PRESENTACION

Bienvenidos, y reciban un cordial saludo:

Es necesario que los aprendices que van a formar parte de una organización conozcan y comprendan su rol en ella para lograr cumplir a cabalidad sus responsabilidades y funciones; por esto el entendimiento de la estructura organizativa y sus funciones es de vital importancia.

Para lograr su entendimiento en la estructura organizativa se establece un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una organización para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación, por ende, una disposición intencional de roles, en la que cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible**.**

Para lo anterior se determinan diferentes actividades para lograr el siguiente conocimiento:

- Identificar funciones y procedimientos a aplicar en el puesto de trabajo.
- Identificar la relación de la unidad administrativa con las demás dependencias de la organización.
- Elaborar la matriz DOFA de la Unidad Administrativa.
- Realizar las actividades establecidas en los manuales de funciones y de procedimientos del puesto de trabajo.

- Interpretar el manual de funciones y procedimientos de la Organización.
- Utilizar los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades
- Establecer prioridades de ejecución
- Aplicar los políticas y lineamientos de la Organización

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ACTIVIDADES DE APREDIZAJE	HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPEN-DIENTE	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS
Cognitiva Identificar, dentro de la estructura administrativa la posición de los puestos de trabajo. 12 horas	8	4	Juego de roles	Ambientes de Aprendizaje de la Institución, Biblioteca, Plataforma Virtuales.
Procedimental Realizar las actividades establecidas en los manuales de funciones y de procedimientos de las organizaciones. 20 horas	16	4	Mapas con conceptuales Talleres	Ambientes de Aprendizaje de la Institución, Biblioteca, Plataforma Virtuales.
Cognitiva Comprender los procesos administrativos y establecer las prioridades de ejecución en dichas actividades de acuerdo a las políticas de la organización. 20 horas	16	4	Exposiciones juego de roles	Ambientes de Aprendizaje de la Institución, Biblioteca, Plataforma Virtuales.
Procedimental Construir la matriz DOFA de una Organización, incluyendo todos los elementos que la componen. **Valorativa actitudinal** Apropiar los procesos que se generan dentro de la unidad administrativa 18 horas	16	2	Talleres Ejercicios prácticos	Ambientes de Aprendizaje de la Institución, Biblioteca, Plataforma Virtuales.

3.1. ACTIVIDADES DE REFLEXION INICIAL.

Los aprendices generalmente no conocen un ambiente organizacional, no conocen el concepto de administrar, se debe indagar en ellos ¿Qué es Administrar? ¿Cuáles son las áreas de una Empresa?

En este momento se realiza el siguiente Taller:

Taller #1. Evolución de la Teoría Administrativa (Ver el Taller en el Anexo A al final de este documento)

Profundizar a través del taller los conceptos de:

- Antecedentes históricos
- Elementos del concepto de administración
- Características de la administración
- Empresa y la relación con la administración
- Proceso administrativo:
  - Planeación
  - Organización
  - Dirección
  - Control

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

3.2.1. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE I

ACTIVIDADES DE APREDIZAJE	HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS
Cognitiva: Identificar, dentro de la estructura administrativa la posición de los puestos de trabajo. Horas Totales 12 horas	8	4	Mapas conceptuales, Videos y Exposiciones

- Dar a conocer que es una empresa, cuál es su objetivo.

Ver el siguiente video: https://www.youtube.com/watch?v=Nzv4kw1pKOI

En el cuaderno deben definir y describir el concepto de EMPRESA

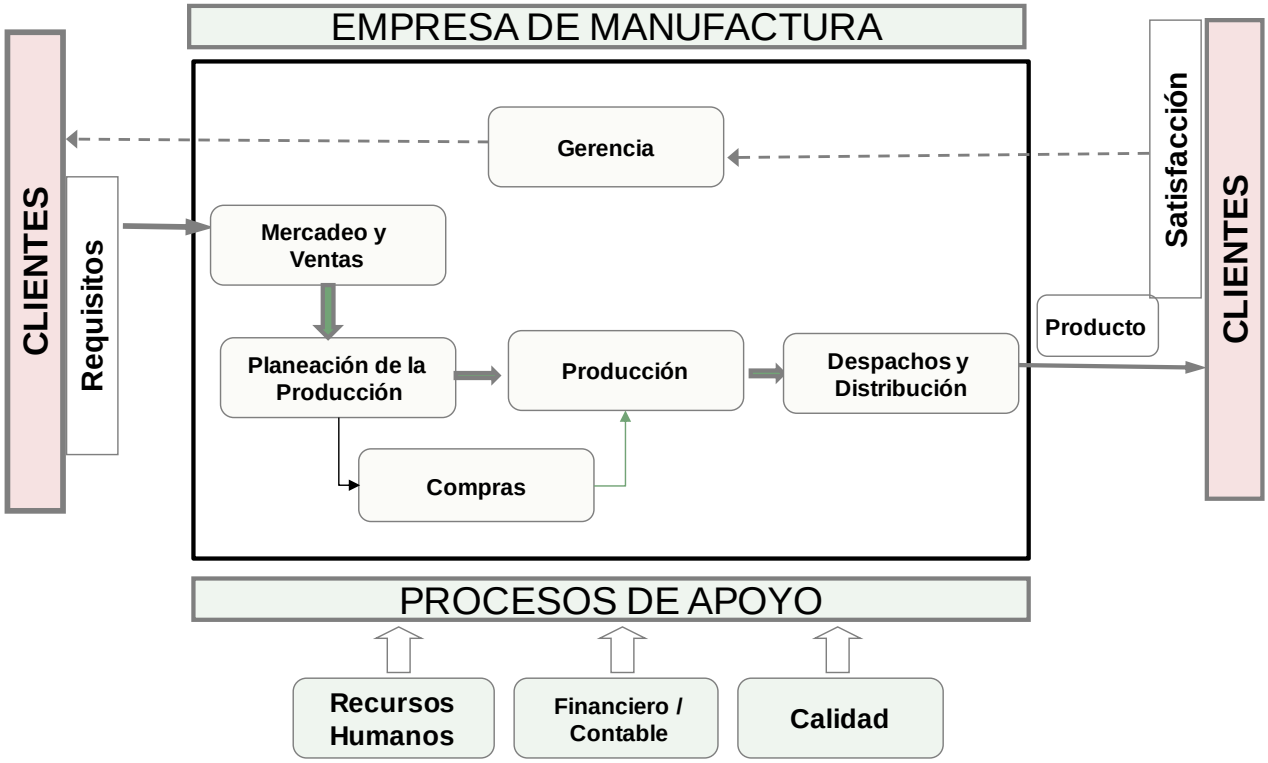
- Dar a conocer las diferentes áreas y departamentos de la empresa:

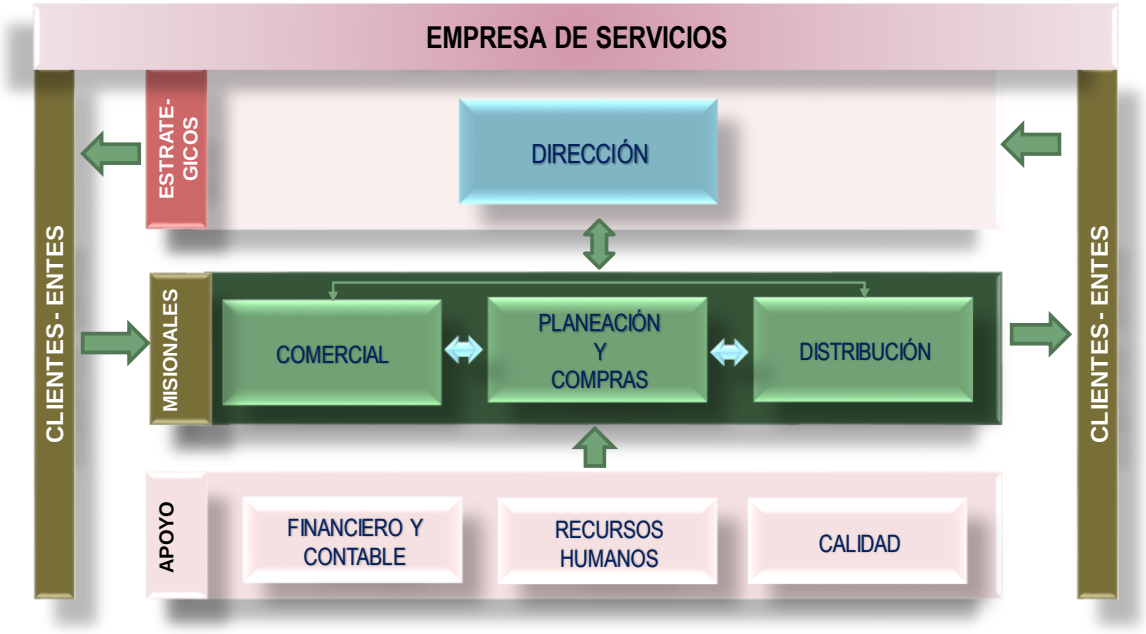
Ver el siguiente video:

https://www.youtube.com/watch?v=KRX0RBB3Zug

https://www.youtube.com/watch?v=catKWN_zP_g

- Dar a conocer los tipos de Empresas de Servicios y Manufactureras, explicar los procesos internos y su interrelación en estos tipos de empresa (Dibujar en el tablero uno a uno), se puede realizar este ejercicio ejemplificándolo con empresas reales.





Ver el siguiente video:

https://www.youtube.com/watch?v=catKWN_zP_g

En este momento se realiza el siguiente Taller:

Taller #2. Áreas y Funciones de la Empresa y su interrelación (Ver el Taller en el Anexo B al final de este documento)

Listar las diferentes áreas de la empresa ordenarlas de acuerdo a la lógica de los procesos

Señalar cuales son las áreas administrativas

Describir en sus cuadernos las actividades principales que se ejecutan en cada área.

- Describir la estructura organizacional:

Mediante el organigrama empresarial, podemos ver gráficamente la planificación empresarial de una organización, cómo se desenvuelve la toma de decisiones dentro de la empresa, de qué manera se expresa la jerarquía, cuáles son las labores de los grupos de trabajo, etc. Igualmente, permite mejorar la interacción y la comunicación entre las distintas áreas, así como planificar aquellos aspectos que mejorarán la organización empresarial. El organigrama empresarial establece principalmente los roles y responsabilidades específicas de cada miembro de la organización empresarial.

Por lo anterior las áreas vista en el punto anterior son gestionadas a través de diferentes cargos en la organización con diferentes niveles jerárquicos y de autoridad dentro de la organización, estos cargos tienen diferentes responsabilidades y funciones y niveles de mando con el fin de poder lograr en conjunto de todos los cargos los objetivos organizacionales.

A continuación, se ejemplifica el organigrama general de una empresa y sus cargos con niveles jerárquicos:



Los Aprendices deben comprender la Estructura organizativa, los niveles jerárquicos, las áreas que pertenecen a la Unidad Administrativa en la cual ellos laborarían.

https://www.youtube.com/watch?v=Zk6ge8zo1qY película bichos

Taller #3. Identificación de las funciones y ubicación orgánico-funcional. (Ver el Taller en el Anexo C al final de este documento)

Se solicita a los estudiantes realizar una exposición para la próxima clase:
Presentación de diapositivas donde deben investigar una empresa en internet, buscar su organigrama, describir las actividades que se realizan en cada área y resaltar las áreas administrativas.

3.2.2. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE II

ACTIVIDADES DE APREDIZAJE	HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS
Procedimental: Realizar las actividades establecidas en los manuales de funciones y de procedimientos de las organizaciones. Horas Totales 20 horas	16	4	Mapas conceptuales Talleres

- Conocer las funciones de cada área de la empresa y sus procedimientos internos, así como los documentos que de estos se generan:
  Se va explicando cada área de la empresa y se va explicando sus funciones y responsabilidades como se muestra a continuación:

GERENCIA **Misión: Alcanzar el crecimiento empresarial, mediante el establecimiento de directrices, políticas y controles de gestión, para el mejoramiento continuo de los procesos y satisfacción de los clientes**
1. Diseñar y planear los lineamientos estratégicos de la Organización
2. Asignación de Recursos
3. Ejecutar y controlar las estrategias organizacionales
4. Verificar el logro de los objetivos y planes de trabajo
5. Ajustar las estrategias y planes de trabajo.

COMERCIAL **Misión: Lograr las metas de ventas satisfaciendo las necesidades del cliente**
MERCADEO
Identificar necesidades, expectativas y requisitos del mercado (clientes)
Identificar los requerimientos de los productos
Determinar precios
Determinar campañas publicitarias
Realizar Comunicación con Clientes
VENTAS
Realizar visitas comerciales – buscar nuevos clientes
Realizar pedidos
Cumplir con metas comerciales
Realizar procesos de cobros
Atender Quejas de los Clientes

COMPRAS **Misión: Adquirir los bienes y servicios que se requieren para cumplir con las necesidades del cliente con los costo adecuados.**
Determinar los productos a comprar
Selección, evaluación y aprobación de Proveedores
Cotizar y realizar ordenes de compra
Verificación del Producto Comprado

PROCESOS OPERATIVOS **(PLANEACIÓN, PRODUCCIÓN O SERVICIO Y DISTRIBUCIÓN)** **Misión: planear, producir o ejecutar el servicio y entregarlo con calidad y oportunidad, de acuerdo con las necesidades de los clientes.**
Planificar los recursos para realizar el producto o servicio.
Solicitar los materiales y recursos necesarios
Fabricar o ejecutar el servicio
Entregar el producto a la bodega
Distribuir el producto o servicio al cliente

RECURSOS HUMANOS **Misión: Entregar el recurso humano necesarios, para el desarrollo adecuado de la operación dando cumplimiento a los requisitos legales laborales.**
Selección y contratación del personal
Inducción, entrenamiento y capacitación del personal
Lograr el bienestar del personal
Liquidación de Nomina
Reglamento interno de trabajo y cumplimiento al Código sustantivo de trabajo

FINANCIERO Y CONTABLE **Misión: Lograr la consecución y asignación de los recurso financieros necesarios, para el desarrollo adecuado de la operación dando cumplimiento a los requisitos tributarios y legales.**
Definición del presupuesto de gastos y costos e inversiones
Registrar y conciliar todos los ingresos y salidas en el sistema contable
Tramitar cuentas x pagar - Tesorería
Tramitar cuentas x cobrar- Cartera
Archivar documentos contables
Realizar auditorias de control interno

- Se realiza un análisis profundo de los procedimientos que se realizan en las áreas administrativas como son recursos humanos y financiera y contable, igualmente se analizan áreas donde podría también laborar un Técnico en Asistencia Administrativa como pueden ser las áreas comerciales y de compras.

  Taller #4. Áreas y Funciones del proceso COMERCIAL (Ver el Taller en el Anexo D al final de este documento)

  Antes de iniciar el taller se explica en el tablero en orden secuencial las actividades que se realizan en el área de mercadeo y en el área de ventas.

  Taller #5. Áreas y Funciones del proceso de COMPRAS (Ver el Taller en el Anexo E al final de este documento)

  Antes de iniciar el taller se explica en el tablero en orden secuencial las actividades que se realizan en el área de compras

  Taller #6. Áreas y Funciones del proceso de RECURSOS HUMANOS (Ver el Taller en el Anexo F al final de este documento)

  Antes de iniciar el taller se explica en el tablero en orden secuencial las actividades que se realizan en el área de Recursos Humanos

  Taller #7. Áreas y Funciones del proceso FINANCIERO Y CONTABLE (Ver el Taller en el Anexo G al final de este documento)

  Antes de iniciar el taller se explica en el tablero en orden secuencial las actividades que se realizan en el área de Finanzas y Contable

  Taller #8. Funciones de las áreas de la empresa (Ver el Taller en el Anexo H al final de este documento)

  Antes de iniciar el taller se explica en el tablero en orden secuencial las actividades que se realizan en el área de Finanzas y Contable

3.2.3. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE III

ACTIVIDADES DE APREDIZAJE	HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS
Cognitiva: Comprender los procesos administrativos y establecer las prioridades de ejecución en dichas actividades	16	4	Exposiciones juego de roles

de acuerdo a las políticas de la organización. Horas Totales 20 horas			

Taller #9. Funciones de las áreas de la empresa (Ver el Taller en el Anexo I al final de este documento: en este taller se evaluará el desempeño; en él se determinará en el grupo la creación de una empresa a la cual se le determinaran sus áreas, luego se establecerán grupos de 3 personas máximo y a cada grupo se le asignara un área de la empresa; ellos deberán elaborar el organigrama del área, el manual de funciones de cada cargo y entre ellos se asignarán cada uno un cargo. Nota: Si se existen más grupos que áreas se repiten las áreas.

Taller #10. Funciones de las áreas de la empresa (Ver el Taller en el Anexo J al final de este documento): cada grupo simulará situaciones en cada área y a través de un juego de roles discutirán temas de cada una, para lo cual deberán preparar previamente el tema a discutir y los documentos a tratar de acuerdo a los siguientes lineamientos.

- El área comercial visitara a 3 clientes y realizara 3 cotizaciones y 2 pedidos.
- El área de compras seleccionara 3 proveedores y realizara 3 compras
- El área de recursos humanos seleccionara 4 personas para 3 cargos diferentes de la empresa
- El área financiera y contable realizara:
  - ✓ Una reunión con el área comercial para informarle el estado de cartera de sus clientes.
  - ✓ Una reunión con el área de compras para revisar el cumplimiento del presupuesto de compras y los niveles de inventario y los de baja rotación de los productos comprados.
  - ✓ Una reunión con el área de recursos humanos para revisar el estado de horas extras y el aumento del costo de la nómina.

3.2.4. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE IV

ACTIVIDADES DE APREDIZAJE	HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS
Procedimental: Construir la matriz DOFA de una Organización, incluyendo todos los elementos que la componen. **Valorativa actitudinal:** Apropiar los procesos que se generan dentro de la unidad administrativa. Horas Totales: 18 horas	16	2	Talleres Ejercicios prácticos

- Se explica que cada empresa u organización tiene una identidad y una misión que lograr para lo cual se explica los conceptos de Misión, Visión, Políticas, Objetivos y Metas en donde se plantean las estrategias organizacionales a seguir para lograr un resultado esperado por la organización. Se presenta el siguiente video en donde explican que es la misión y visión de la empresa.

  https://www.youtube.com/watch?v=e_DtbkVUHCU

  Taller #11. Misión y Visión (Ver el Taller en el Anexo K al final de este documento): Cada grupo de trabajo creara la misión y visión de la Empresa creada en el salón de clases, siguiendo los lineamientos establecidos en el taller.

- Se explica el concepto de Análisis de Contexto en donde se utiliza la herramienta matriz DOFA con el fin de conocer las oportunidades y amenazas a la que se enfrenta una organización y las fortalezas y debilidades que la empresa tiene en su interior para aprovechar las oportunidades y combatir las amenazas. Se tienen en cuenta los siguientes análisis:

  Historia del análisis DOFA

  Antes de entrar en consideración en lo que respecta al significado del FODA, veamos un poco de su historia y comprender el porqué de su creación. A este respecto, el creador de la matriz DOFA fue Albert S. Humpherey, el cual, murió en octubre del 2005.

  Este estudio se llevó a cabo por Albert, con la finalidad de tener en conocimiento del porqué la planificación corporativa a largo plazo fracasaba. Se necesitaba establecer objetivos que fueran realistas; por lo que se creó un grupo en 1960 por Robert Stewart, para fundar un sistema gerencial que se comprometiera a aprobar y comprometerse en el trabajo del desarrollo, en la actualidad se le conoce como “manejo del cambio”.

  Ahora bien, miles de empresas fueron visitadas, para entrevistar a miles de ejecutivos; llegando a la conclusión que, los que eran jefes ejecutivos debían ser los jefes de planificación, además, los jefes inmediatos también debían conformarlo.

  Descubriendo así, que el presente seria lo satisfactorio, el futuro la oportunidad, lo que es malo en el presente es una falta y si el futuro es malo es una amenaza, convirtiéndose en las siglas SOFA, luego, en 1964, fue cambiada la F a W, llegando así, el SWOT, o FODA, o DOFA en español.

  ¿Qué es el análisis DOFA?

  El análisis DOFA

son siglas que representan el estudio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, de una empresa un mercado, o sencillamente a una persona, este acróstico es aplicado a cualquier situación, en el cual, se necesite un análisis o estudio.

Buscando orientar con el estudio cuales son las fortalezas de la organización, sea en cuanto, a los recursos que posee, la calidad del mismo, etc. Asimismo, externamente puede estudiar las amenazas que puedan existir como en el ámbito político o social.

Cabe señalar que, el DOFA es una herramienta fundamental en la administración y en el proceso de planificación, de hecho, con este estudio se beneficiará de un plan de negocios, pudiendo dar fuerza a la sigla de oportunidad, logrando, además, la situación real en la que se encuentra la empresa o proyecto, y poder planificar alguna estrategia a futuro.

¿Para qué sirve el DOFA?
Se recurre a ella para desarrollar una estrategia de negocio que sea solida a futuro, además, el análisis DOFA es una herramienta útil que todo gerente de empresa o industria debe ejecutar y tomarla en consideración.

Cabe señalar que, si existiera una situación compleja el análisis DOFA puede hacer frente a ella de forma sencilla y eficaz. Enfocándose así a los factores que tienen mayor impacto en la organización o en nuestra vida cotidiana si es el caso, a partir de allí se tomaran eficientes decisiones y las acciones pertinentes. Además, el DOFA ayuda a tener un enfoque mejorado, siendo competitivo ante los nichos de los mercados al cual se está dirigiendo la empresa, teniendo mayores oportunidades en el mercado que se maneje creando estrategias para una eficaz competencia.

¿Cómo se realiza un análisis DOFA?
La diversidad de personas y distintas perspectivas es lo más recomendable para realizar un buen análisis, todos los departamentos de una organización deberían participar e inclusive los clientes para que vacíen sus buenos resultados estratégicos.
Usualmente, es usado en una plantilla de análisis DOFA con 4 cuadros, lo primordial es que se haga sencillo y práctico para poder entender los resultados.

El objetivo de la matriz DOFA

Debilidades: lo que es perjudicial o factores desfavorables para la ejecución del objetivo.

Oportunidades: las condiciones externas, lo que está a la vista por todos o la popularidad y competitividad que tenga la industria u organización útiles para alcanzar el objetivo

Fortalezas: los atributos o destrezas que una industria o empresa contiene para alcanzar los objetivos.

Amenazas: lo perjudicial, lo que amenaza la supervivencia de la industria o empresa que se encuentran externamente, las cuales, pudieran convertirse en oportunidades, para alcanzar el objetivo.



- Luego se muestra el siguiente video:

  https://www.youtube.com/watch?v=XzpcbVkUkNY

Ejemplo: CASO DE APLICACIÓN EN LA COMPAÑÍA AMAZON (Año 2003)

Amazon.com es una empresa de comercio electrónico, basada en Seattle, Washington (Estados Unidos).

Aunque comenzó vendiendo libros, actualmente comercializa una amplia gama de productos, entre los cuales están música, video, ropa, juguetes, joyas, artículos electrónicos y más.

Además de operar en Estados Unidos, tiene websites en otros mercados como Canadá, Francia, Alemania, Japón y Reino Unido.

En el año 2003, la empresa tuvo ingresos de US$ 5,3 billones. Cuenta con unos 26 millones de clientes. Forma parte de las Fortune 500.

Análisis DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
▪ **Reconocimiento de marca:** la marca Amazon es sinónimo de ventas en línea y de servicio orientado al cliente ▪ **El modelo de negocio:** tiene la posibilidad de aumentar sus ventas (en $ y unidades) sin necesidad de grandes aumentos en sus costos directos ▪ **Diversificación:** la variedad de productos que vende y de mercados geográficos que atiende le confiere una gran estabilidad ▪ **Evolución del negocio:** durante los últimos años, se ha reinventado continuamente, mejorando constantemente su propuesta de valor	▪ **Estrategia basada en bajos precios:** el mayor incentivo de la empresa son sus bajos precios; aunque estos han logrado su propósito, es posible que los clientes sean atraídos a otras tiendas que provean mayores o mejores incentivos. ▪ **Complejidad del negocio:** al aumentar la variedad de productos y el alcance geográfico, se hace más compleja la distribución ▪ **Crecimiento:** el crecimiento de la empresa, si se excluyen eventos especiales (como los lanzamientos de Harry Potter), no son impresionantes ▪ **Costo de envío:** durante algún tiempo, la empresa ha ofrecido envío gratis, para ganar clientes; esta estrategia resulta costosa y no necesariamente sostenible

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
▪ **Aumentar la pre-venta:** la pre-venta de artículos (los clientes pagan antes de estar disponible y meses antes de que tengan que pagarle al proveedor), resulta un gran negocio que puede incrementarse ▪ **Estrategia multi-proveedor:** incluir tiendas de terceros (como Circuit City, Toys R US y Office Depot), le permite agregar gran cantidad de productos, mejorar su propuesta de valor, y reforzar su marca ▪ **Servicios Web:** el servicio AWS, mediante el cual permiten a terceros desarrollar aplicaciones para su plataforma tecnológica, le permite innovar constantemente sin grandes inversiones ▪ **Mercados internacionales poco desarrollados:** el aumento acelerado del uso de internet y de banda ancha en otros países (incluyendo aquellos en los que ya tiene presencia) le permitirá seguir creciendo internacionalmente	▪ **Creciente competencia:** el segmento de comercio electrónico evoluciona rapidamente y es altamente competido. Empresas como eBay y Walmart son amenazas a corto plazo ▪ **Riesgo de inventario:** para cumplir con sus tiempos prometidos de entrega, la empresa tiene que mantener un inventario importante. Esto la pone en riesgo ante cambios en la demanda y ciclos de producto ▪ **Desempeño bajo presión:** la empresa tiene que justificar el "precio agresivamente alto" que le asignan los mercados financieros

Taller #12. Caso de Estudio DOFA (Ver el Taller en el Anexo L al final de este documento): con el fin de que los aprendices comprendan lo que es identificar Oportunidades, Amenazas, Fortaleza y Debilidades se lee un Caso de Estudio donde han realizado este análisis en la Compañía UNILEVER.

- Cada organización definir su misión, visión y al realizar el análisis DOFA define objetivos, políticas y metas con el fin de lograr los anteriores lineamientos estratégicos

¿QUÉ ES UN OBJETIVO?

Un objetivo es una meta o finalidad a cumplir para la que se disponen medios determinados. En general, la consecución de un determinado logro lleva implícita la superación de obstáculos y dificultades que pueden hacer naufragar el proyecto.

Una meta, es pues lo que conduce a lograr el objetivo, y, en consecuencia, el objetivo es el resultado de haber alcanzado cada una de las metas necesarias o planteadas para lograr el objetivo propuesto.

¿QUÉ SON LAS POLITICAS DE LA EMPRESA?

Son un conjunto de directrices que establecen normas, procedimientos y comportamientos que deben llevar los empleados. En muchos casos, la política de una empresa debe cumplir con determinados requisitos legales, por ejemplo, los relativos a los derechos del empleado.

Los tipos de políticas que las empresas implementan varían ampliamente, dependiendo de la naturaleza del negocio y la filosofía de la gerencia.

Ver el siguiente video:

https://slideplayer.es/slide/11246145/

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: **Evidencias de Desempeño:**	Ejecuta procedimientos y funciones acorde con lo establecido en los manuales y el direccionamiento estratégico de la organización. Establece las prioridades de ejecución de actividades y los recursos de acuerdo con las políticas de la organización.	Técnica: Talleres – Presentaciones en Power Point Talleres

Evidencias de Producto:	Identifica la posición de su puesto de trabajo, de acuerdo con la estructura orgánica de la organización. Aplica el proceso de planeación estratégica, orientado a la Unidad Administrativa, en las estrategias, Misión, Visión, FA/DO para el desarrollo de los programas de mejoramiento.	Presentaciones en power point Talleres Juego de Roles

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Empresa: es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes y/o servicios de la sociedad, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones

Administración: es la ciencia social que tiene por objeto el estudio de las organizaciones y la técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, del conocimiento, etc.) de una organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser social, económico, dependiendo de los fines perseguidos por la organización.

Direccionamiento Estratégico: es un proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos. Dentro de los negocios se usa para proporcionar una dirección general a una compañía (llamada Estrategia empresarial) en estrategias financieras, estrategias de desarrollo de recursos humanos u organizativas, en desarrollos de tecnología de la información y crear estrategias de marketing entre otras.

Políticas Organizacionales: es un deliberado sistema de principios para orientar la toma de decisiones y lograr resultados racionales. Una política es una declaración de intenciones, y es implementado como un procedimiento o protocolo. Las políticas son generalmente adoptadas por el Junta o órgano de gobierno de alto nivel dentro de una organización, mientras que los procedimientos o protocolos serían desarrollados y adoptados por altos funcionarios del ejecutivo.

Estructura Orgánica de las Empresas: es la forma en la que la empresa se va a gestionar, que incluye las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, donde se establecen las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor.

Organigrama: es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización, que incluye las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor.

Puestos de Trabajo: el espacio que uno ocupa en una empresa, institución o entidad desarrollando algún tipo de actividad o empleo con la cual puede ganarse la vida ya que recibe por ella un salario o sueldo específico

Manual de Funciones: Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas y normas que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

https://www.monografias.com/trabajos19/areas-de-actividad/areas-de-actividad.shtml

https://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama

https://neetwork.com/organigrama-empresarial/#h_6319637292153004580497O

https://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html; por: Ivan Thompson

https://www.marketingandweb.es/emprendedores-2/mision-vision-y-valores-de-una-empresa/

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc//blog/docentes/trabajos/14439_48819.pdf

https://degerencia.com/articulo/ejemplo_de_matriz_dofa_amazon_com/

https://www.monografias.com/docs/Objetivos-Y-Politicas-De-Una-Empresa-F3X7SJUFJDG2Y

https://es.wikipedia.org

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	- Martha Inés Osorio Jiménez - María Elizabeth Muñoz - Andrés Felipe Ramírez Botero - José John Jairo Bravo Díaz - Juan Miguel Piedrahita Monroy	**Instructores**	**Comercio y servicios.**	**Junio 2019**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

ANEXOS

ANEXO A - Taller #1. EVOLUCIÓN DE LA TEORÍA ADMINISTRATIVA – EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO

LECTURA "HISTORIA DEL PENSAMIENTO ADMINISTRATIVO"

Objetivo: Conocer el desarrollo de las teorías administrativas a través de la historia a las funciones del proceso administrativo: planeación, organización, integración, dirección y control. Adquirirá el juicio crítico para aplicar los principios de la administración a un grupo social.

1.1 DESARROLLO DE LA TEORÍA DE LA ADMINISTRACIÓN

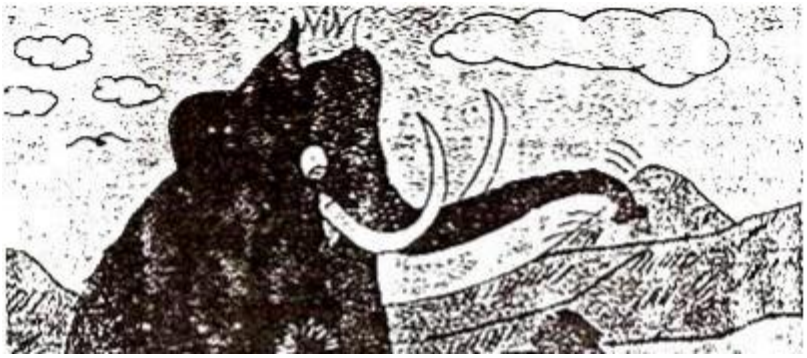
La administración se inicia con el hombre inteligente y nace desde el momento en que necesita organizarse en grupo para alcanzar lo que no puede hacer de manera individual.

La administración es una forma de actuar, en la cual las personas trabajan en grupos y son guiados para alcanzar eficazmente y eficientemente ciertas metas colectivas, dentro de un ambiente dinámico.

Conocer la historia de la administración nos ayuda a entender las teorías y el ejercicio de la administración actual.

Podemos localizar el origen y la evolución de muchos conceptos contemporáneos de acuerdo con las necesidades cambiantes de las organizaciones y de la sociedad en general.

PREHISTORIA. Cazar a los enormes mamuts, dirigiéndolos a un precipicio y lograr el objetivo previsto de aprovechar su carne.



HISTORIA. Se encuentran vestigios de avances en el pensamiento administrativo desde el año 5,000 antes de cristo (a.c) con los sumerios en la Mesopotamia como la invención de la escritura y la conservación de registros.

Los egipcios en el año 1,300 a.c. utilizaban procedimientos administrativos definidos y sistemáticos.

En el oriente, en china, hacia el año 1,000 a.c. se sitúa la Constitución de Chow que establece reglamentos administrativos.

En la antigua Grecia y en el imperio Romano, con la aparición de la esclavitud, se ejerce una estricta supervisión del trabajo, se manifiesta el conocimiento administrativo en los tribunales, la organización militar, los esfuerzos de unidad de grupo y la autoridad.

En la América prehispánica y particularmente en México por el año 1325, se encuentran vestigios de administración entre los cuales sobresalen las acertadas directivas de Tlacael, quiénes con orden y prácticas adecuadas llevaron a sus pueblos a mejores niveles de vida.

Las organizaciones militares han aportado algunos principios y prácticas importantes en la administración moderna.

No fue hasta hace un poco mas de 200 años, sobre todo en el siglo XX, cuando la administración se volvió objeto de investigaciones sistemáticas que se convirtió en una disciplina formal.

PRECURSORES DE LA ADMINISTRACIÓN MODERNA

ADAM SMITH.- (1723 - 1790).- fue un economista que influyo con gran penetración en el desarrollo de las funciones de la administración, puso gran énfasis sobre la división del trabajo y sus beneficios. Su libro "Riqueza de las naciones"

Con la división del trabajo se obtienen las siguientes ventajas:

1) se reduce el tiempo de aprendizaje

2) ahorra tiempo que normalmente se pierde al cambiar de actividad

3) los trabajadores son más eficientes

4) se crean herramientas y equipos especializados

ROBERT OWEN (1771 - 1858).-empresario galés que adquirió su primera fábrica en 1789. Es el padre de la administración de personal y precursor del enfoque de las relaciones humanas.

TEORÍAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Se puede hablar de teorías y escuelas del pensamiento administrativo.

A) **Administración Científica:** Es el estudio sistemático de las relaciones entre las gentes y sus tareas con el propósito de volver a diseñar los procesos del trabajo para incrementar la eficiencia. Tenía por objeto aumentar la productividad del taller y del trabajador individual

B) **Teoría Clásica de Organización** (Teoría Administrativa): se originó en la necesidad de encontrar guías para administrar organizaciones complejas. Se enfocó en el estudio de cómo crear una estructura de la organización.

HENRY FAYOL (FRANCIA) (1841-1925) Fue un ingeniero de minas, que busco principios generales para administrar organizaciones complejas. "Administración industrial y general" (1916),

Encontró que todas las actividades de una empresa pueden ser divididas en seis grupos (procesos o funciones básicas):

1. **Técnicas**: producir o fabricar productos.
2. **Comerciales**: compra de materia prima y venta de productos.
3. **Financieras**: búsqueda y manejo del capital. hacer el mejor uso posible de los recursos disponibles y evitar pasivos peligrosos.
4. **Seguridad:** proteger a los empleados y la propiedad de contingencias de todo tipo, incluyendo huelgas.
5. **Contables**: registrar y analizar inventarios, balances, costos, utilidades, pasivos etc.; hacer estadísticas.
6. **Administrativas**: planeación, organización, dirección, coordinación y control.

SE DEFINIERON LAS FUNCIONES DEL PROCESO ADMINISTRATIVO

1. **Planeación:** determinación del trabajo que debe ser realizado.
2. **Organización**: División del trabajo en unidades administrativas.
3. **Dirección:** toma de responsabilidad sobre el comportamiento humano necesario para el cumplimiento de los objetivos y las metas. Hacer funcionar a la organización.
4. **Control:** Vigilar el cumplimiento de las actividades de acuerdo al programa adoptado, a las órdenes dadas y a los principios establecidos.

Responda las siguientes preguntas, de acuerdo con la lectura **"La Historia del Pensamiento Administrativo"**

PARTE I

1. ¿Qué es la Administración?
2. ¿Cuáles han sido unos de los más importantes precursores de la administración moderna y por qué?
3. ¿Cuáles son las teorías de la Administración?
4. ¿Cuáles son las actividades de una empresa?
5. ¿Cuáles son las funciones del proceso administrativo?

PARTE II - EJERCICIO DE APLICACIÓN

En la Empresa el Mi primer Zapato S.A.S., se creó en el año 2017 y ahora es una microempresa en donde se ejecutan múltiples actividades, pero la Empresa está muy desordena y el Director ha solicitado ordenar las siguientes actividades:

1. Cortar las suelas de los zapatos
2. Comprar la madera para la suela de los zapatos.
3. Comprar los cordones de los zapatos
4. Solicitar dinero a bancos para pago de empleados
5. Revisar las normas que los empleados deben cumplir para no afectar su salud.
6. Visitar Clientes
7. Revisar las cantidades que existen de productos terminados (zapatos)
8. Hacer informe sobre los gastos que se han realizado en la empresa por compra de materiales
9. Cocer la suela del zapato a la parte superior del zapato
10. Colocar cordones a los zapatos
11. Controlar las cantidades de zapatos defectuosos
12. Solicitar dinero a banco para pago de proveedores de materias primas
13. Revisar los pagos que se deben realizar a fin de mes
14. Analizar las cantidades de zapatos que se han vendido en el mes
15. Analizar nuevos negocios que se podrían realizar
16. Analizar las funciones de los empleados de la empresa
17. Controlar los horarios de ingreso del personal
18. Analizar las ganancias obtenidas en el mes
19. Revisar cuánto cuestan los productos
20. Evaluar los riesgos de salud que tienen los trabajadores

Clasifique estas actividades en:

FUNCIONES-PROCESOS	ACTIVIDADES
TECNICAS	
COMERCIALES	
FINACIERAS	
SEGURIDAD	
CONTABLES	
ADMINISTRATIVAS	

ANEXO B - Taller #2. ÁREAS Y FUNCIONES DE LA EMPRESA Y SU INTERRELACIÓN - EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO

LECTURA "AREAS DE LA EMPRESA"

Las áreas de actividad, conocidas también como áreas de responsabilidad, departamentos o divisiones, están en relación directa con las funciones básicas que realiza la empresa a fin de lograr sus objetivos. Dichas áreas comprenden actividades, funciones y labores homogéneas.

La efectividad de una empresa no depende del éxito de un área funcional específica; sino del ejercicio de una coordinación balanceada entre las etapas del proceso administrativo y la adecuada realización de las actividades de las principales áreas funcionales, mismas que son las siguientes:

COMPRAS

El departamento de compras es el encargado de realizar las adquisiciones necesarias en el momento debido, con la cantidad y calidad requerida y a un precio adecuado. Este departamento anteriormente estaba delegado a otros departamentos principalmente al de producción debido a que no se le daba la importancia que requiere el mismo; puesto que debe de proporcionar a cada departamento de todo lo necesario para realizar las operaciones de la organización

RECURSOS HUMANOS

Los Recursos Humanos son todas aquellas personas que integran o forman parte de una organización. El objeto del Departamento de Recursos Humanos es conseguir y conservar un grupo humano de trabajo cuyas características vayan de acuerdo con los objetivos de la empresa, a través de programas adecuados de reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo.

PRODUCCIÓN

Tradicionalmente considerado como uno de los departamentos más importantes, ya que formula y desarrolla los métodos más adecuados para la elaboración de los productos y/o servicios, al suministrar y coordinar: mano de obra, equipo, instalaciones, materiales, y herramientas requeridas.

MERCADO Y VENTAS

Es el proceso de planeación, ejecución y conceptualización del producto/servicio su precio, promoción y distribución así como crear estrategias que logren ventas en clientes potenciales.

El departamento de ventas es el encargado de persuadir a un mercado de la existencia de un producto, valiéndose de su fuerza de ventas o de intermediarios, aplicando las técnicas y políticas de ventas acordes con el producto que se desea vender.

FINANZAS Y CONTABILIDAD

De vital importancia es esta función, ya que toda empresa trabaja con base en constantes movimientos de dinero. Esta área se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa, procurando disponer con los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos, con el objeto de que puedan funcionar debidamente. El área de finanzas tiene implícito el objetivo del máximo aprovechamiento y administración de los recursos financieros, así como registrar operaciones contables y datos financieros

1. **Listar las diferentes áreas de la empresa ordenarlas de acuerdo a la lógica de los procesos.**

2. **Señalar cuales son las áreas administrativas.**

3. **Describir en sus cuadernos las actividades principales que se ejecutan en cada área.**

ANEXO C - Taller #3. IDENTIFICACIÓN DE LAS FUNCIONES Y UBICACIÓN ORGÁNICO-FUNCIONAL – EVIDENCIA DE DESEMPEÑO

TALLER (Máximo 3 personas):
IDENTIFICACIÓN DE LAS FUNCIONES Y UBICACIÓN ORGÁNICO-FUNCIONAL

1. Investigar en Internet:

1.1. Buscar una empresa manufacturera o de servicios

1.2. Describir: a que se dedican

1.3. Describir cuales son los productos o servicios que ofrecen

1.4. Buscar su organigrama

1.5. Identificar las áreas que tienen y describir cada área que realiza (sus actividades principales)

1.6. Resaltar en el Organigrama las áreas administrativas

2. Con la anterior información realizar una presentación en power point y presentarla a sus compañeros en la próxima clase.

ANEXO D - Taller #4. ÁREAS Y FUNCIONES DEL PROCESO COMERCIAL – EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO

TALLER - CASO DE APLICACIÓN:

PROCESO COMERCIAL Y SUS PROCESOS

Tener en correcto orden y actualizados todas las actividades comerciales permite que el trabajo de un comercial pueda verlo el resto del equipo implicado, sobre todo los jefes de zona y el director comercial. Esto supone un ahorro del tiempo, agilización de los procedimientos y, por supuesto el cumplimiento de los objetivos comerciales establecidos.

Motivos por los cuales debes organizar tu documentación de ventas:
Por un lado, mantener los principales documentos comerciales organizados agiliza el trabajo de encontrar, acceder y compartir la información necesaria, no solamente con el director comercial, sino también con los miembros de otros departamentos que necesiten de ella. Esto significa, un ahorro de tiempo en cuanto al proceso de búsqueda y a la toma de decisiones, dando como resultado, por ende, en un ahorro de dinero, ya que tomar las decisiones con la rapidez necesaria puede facilitar cambios de dirección precisos, ya sea en el departamento de marketing o de ventas.

Por otro lado, la correcta organización de los documentos comerciales, desde las facturas y recibos emitidos hasta los contratos firmados, hace que estos sean mucho más accesibles y estén siempre disponibles para quienes los necesiten (agentes de ventas, contabilidad…), previniendo situaciones de riesgo, como la pérdida de documentos clave.

¿Cómo organizar la documentación comercial y de marketing?

Proyecto de Campañas Publicitarias.
Pedidos de los Clientes
Afiches Promocionales
Listado de Precios
Reporte de Ventas Mensuales
Catálogos de los Producto
Reporte de Presupuestos de Ventas
Carta de Queja
Reporte de cartera de clientes
Volantes promocionales
Contratos
Cotizaciones

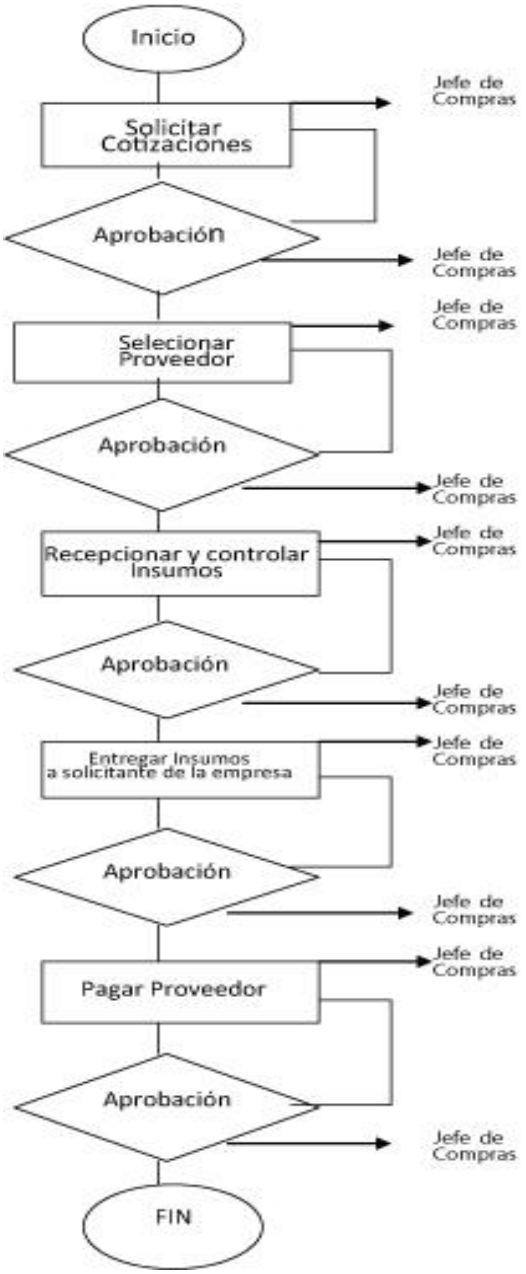
ANEXO E - Taller #5. ÁREAS Y FUNCIONES DEL PROCESO DE COMPRAS – EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO

TALLER - CASO DE APLICACIÓN:

PROCESO COMPRAS Y SUS PROCESOS

Ubique los siguientes documentos en el diagrama de flujo del proceso de compras (ver diagrama en la siguiente página)

Facturas de Proveedores
Formato de Recepción de Pedidos
Catálogos del Proveedor
Listado de Precios
Contratos con proveedores
Cotizaciones
Carta de Reclamo a proveedor
Listado de Proveedores
Formato de Datos del Proveedor
Remisión interna de entrega de producto
Orden de Compra
Recibo de pago a proveedores
Formato de Evaluación de Proveedor
Rut
Formato de Creación de Proveedor
Reporte de Inventario (existencias de los productos
Cámara y Comercio del Proveedor



ANEXO F - Taller #6. ÁREAS Y FUNCIONES DEL PROCESO DE RECURSOS HUMANOS – EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO

TALLER - CASO DE APLICACIÓN:

PROCESO DE RECURSOS HUMANOS Y SUS PROCESOS

CASO DE APLICACIÓN:

La Empresa "EL CHOCOLATE AZUL" fundada hace 9 años se ha visto en la necesidad de iniciar un proceso de identificación de la documentación del proceso administrativo de Gestión Humana verificando la documentación que este recibe, elabora y envía. En este proceso se realizan las funciones de selección, reclutamiento, entrenamiento y capacitación, bienestar de personal, vela por el cumplimiento de las normas de la empresa y es quien paga la nómina mes a mes, entre otros.

Con base en las funciones anteriores, realizar un cuadro en donde se determine los documentos que este proceso recibe, elabora y envía.

Para el ejercicio anterior contamos con el listado de documentos que se manejan en el proceso de Gestión Humana y que puede aprovechar para elaborar el ejercicio anterior.

Perfiles de los empleados	Contrato de Empleados
Hojas de Vida	Certificados de Estudios
Certificado de Experiencia Laboral	Registro de Inducción y entrenamiento
Certificado Médico Ocupacional	Certificado afiliación a ARL
Certificado de Capacitación	Registro de Entrevista
Certificado de afiliación de EPS-Salud	Registro de Periodo de Prueba
Certificado de afiliación Caja de Compensación	Recibo de pago de Nomina
Liquidación de salarios	Incapacidades
Carta - Llamado de Atención	Carta de Despido
Registro de capacitación del Reglamento Interno de Trabajo	
Carta de Renuncia	Cronograma de capacitación anual
Circular a todo el personal sobre el Horario de Ingreso y salida.	
Registro de Horas extras	Certificado de afiliación a Pensión

ANEXO G - Taller #7. ÁREAS Y FUNCIONES DEL PROCESO FINANCIERO Y CONTABLE – EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO

TALLER - CASO DE APLICACIÓN:
PROCESO DE FINANCIERO Y CONTABLE Y SUS PROCESOS

CASO DE APLICACIÓN:

La Empresa "LA DELICIAS DEL PAN" fundada hace 20 años se ha visto en la necesidad de iniciar un proceso de identificación, clasificación y archivo de la documentación contable verificando la documentación que este recibe, elabora y envía. En este proceso se realizan las funciones de presupuesto de gastos y costos, registro de la información contable, conciliaciones bancarias, pago a proveedores y otros, cobro de carteras vencidas a los clientes, auditorias de control interno, entre otros.

Con base en las funciones anteriores, realizar un listado en donde se determine la secuencia lógica de los documentos en financiera y contable.

Para el ejercicio anterior contamos con el listado de documentos que se manejan en el proceso de Finanzas y contabilidad que puede aprovechar para elaborar el ejercicio anterior.

Orden de Compra
Facturas de Compras
Facturas de Venta
Reporte de Inventarios
Comprobantes de pago
Informes financieros
Consignaciones
Cheques
Presupuestos de gastos y costos
Recibo de pago a empleados
Recibo de pago a proveedores
Remisiones
Recibos de caja
Comprobantes de devolución
Libros contables
Letras de cambio
Comprobante de Egreso

ANEXO H - Taller #8. Funciones de las áreas de la empresa – EVIDENCIA DE DESEMPEÑO

TALLER (Máximo 3 personas):

DETERMINAR LAS ACTIVIDADES DE CADA AREA DE LA EMPRESA

1. Investigar en Internet:
   1.1. Listar las áreas que existen en una empresa – buscar organigrama
   1.2. Listar en orden secuencial las actividades que se ejecutan en cada proceso.

2. Con la anterior información realizar una presentación en power point y presentarla a sus compañeros en la próxima clase.

ANEXO I - Taller #9. FUNCIONES DE LAS ÁREAS DE LA EMPRESA – EVIDENCIA DE DESEMPEÑO

TALLER (Máximo 3 personas):

DETERMINAR LAS FUNCIONES DE CADA AREA DE LA EMPRESA

1. Elaborar el organigrama del Área de: _____

2. Elaborar el Manual de Funciones de cada cargo, siguiendo el formato que se muestra a continuación.

NOMBRE DEL CARGO		
1. Misión del Cargo		
Defina la Misión del Cargo: (El cargo existe en la Compañía para?)		
2. Educación		
3. Formación		
4. Experiencia		
5. Responsabilidad y Funciones Claves del Cargo:		
Responsabilidad		Actividades
	1	
	2	
	3	
	4	
	1	
	2	
	3	

	4	
	1	
	2	
	3	
	4	

3. Asigne un cargo a cada integrante del grupo

ANEXO J - Taller #10. FUNCIONES DE LAS ÁREAS DE LA EMPRESA – EVIDENCIA DE PRODUCTO

TALLER (Máximo 3 personas):

SIMULAR LAS FUNCIONES QUE SE REALIZAN EN

CADA AREA DE LA EMPRESA POR CADA UNO DE LOS CARGOS

Cada grupo simulará situaciones en cada área y a través de un juego de roles discutirán temas de cada una, para lo cual deberán preparar previamente el tema a discutir y los documentos a tratar:

Los ejercicios se basan en los siguientes temas:

- El área comercial visitara a 3 clientes y realizara 3 cotizaciones y 2 pedidos.
- El área de compras seleccionara 3 proveedores y realizara 3 compras
- El área de recursos humanos seleccionara 4 personas para 3 cargos diferentes de la empresa
- El área financiera y contable realizara:
  - ✓ Una reunión con el área comercial para informarle el estado de cartera de sus clientes.
  - ✓ Una reunión con el área de compras para revisar el cumplimiento del presupuesto de compras y los niveles de inventario y los de baja rotación de los productos comprados.
  - ✓ Una reunión con el área de recursos humanos para revisar el estado de horas extras y el aumento del costo de la nomina

ANEXO K - Taller #11. MISIÓN Y VISIÓN - EVIDENCIA DE PRODUCTO

TALLER (Máximo 3 personas):

MISIÓN Y VISIÓN

1. Investigue en internet una empresa e identifique a que se dedica, cuál es su misión y visión, escríbala y explique su significado con sus palabras.

2. Cada grupo de trabajo creara la misión y visión de la Empresa creada en el salón de clases.

En las empresas se debe tener claro cuál es su misión y visión, pues estas ayudan a crear las metas para poder llegar a ser lo que deseamos ser.

Qué es la MISIÓN de una empresa

Considerado por Philip Kotler y Gary Armstrong (Marketing, 2004) como "un importante elemento de la planificación estratégica"

La **Misión de una empresa** describe la actividad que realiza la empresa, dicha identidad es clave en la organización para el logro de su visión, que son las metas o logros que constituyen la razón de ser de la empresa.

Se trata de la razón fundamental de un negocio y el objetivo que tiene siempre visto a largo plazo.

El concepto de misión es fundamental y debe estar en total consonancia con la visión de futuro que queremos alcanzar

Una forma sencilla de explicar lo qué es la misión, sería encontrar la respuesta al por qué.

Ahora encontraran una serie de preguntas para que te ayuden a dar forma a la misión

1.- ¿Qué es lo que quieres ofrecer?

2- **¿Por qué quieres crear este negocio?**

3.- ¿Cuál es el perfil de usuario que quieres atraer?

4.- ¿Qué imagen de negocio quieres comunicar?

5.- ¿Qué factores determinan el precio y la calidad de tus productos y/o servicios?

6.- ¿Qué relación tendrás con tus empleados?

7.- ¿Cuál es tu aspecto diferenciador que te destaca sobre tu competencia?

8.- ¿Nuestro negocio puede ser realmente competitivo?

Encontrado la respuesta a estas y otras preguntas podremos ir acercándonos a las razones fundamentales por las que hemos creado este negocio y cuáles son los objetivos que queremos llegar a alcanzar.

Qué es la VISIÓN de una empresa

Definida por Fleitman Jack en su obra "Negocios Exitosos" (McGraw Hill, 2000) como "el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad".

La **Visión de una empresa** podríamos denominarlo como el SUEÑO, es una declaración de aspiraciones de la empresa a mediano o largo plazo, es la imagen a futuro de cómo deseamos que sea la empresa más adelante. Su propósito es ser el motor y la guía de la organización para poder alcanzar el estado deseado.

Parte de la idea de dibujar en un papel cuál es el momento actual en el que se encuentra tu negocio y luego trata de dibujar la imagen mental futura del mismo.

En definitiva, se trata de encontrar qué necesitamos conseguir parar obtener un mayor sostenimiento y crecimiento del negocio. Al igual que hice con la Misión, te dejo una serie de preguntas para que te ayuden a dar forma a la Visión de una empresa.

1.- ¿Cómo será tu empresa en unos años?

2.- ¿Cuáles son tus metas a corto, medio y largo plazo?

3.- ¿Cuál serán los valores y actitudes clave de la empresa?

4.- ¿Qué quieres que opinen en un futuro las personas de tu empresa?

5.- ¿Qué aspectos para crecer te gustaría conseguir?

Siempre que trabajamos un plan de empresa debemos poder dibujar cómo nos gustaría ver nuestro negocio con 2 y 4 años vista, pero ten en cuenta que un plan nunca es un elemento estático y fijo, sino que es un elemento que debe crecer y variarse en función de la evolución que esté teniendo la empresa.

ANEXO L - Taller #12. CASO DE ESTUDIO DOFA – EVIDENCIA DE PRODUCTO

TALLER

ANALISIS DE OPORTUNIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y DEBILIDADES "DOFA"

Leer el siguiente caso de estudio en donde realizan un análisis DOFA en la Compañía UNILEVER

Empresa: Unilever

Historia:

A fines de la década de 1890, William Hesketh Lever, fundador de Lever Hnos., escribió sus ideas para el Jabón Sunlight, su nuevo producto revolucionario que ayudó a promover la limpieza y la higiene en la Inglaterra de la época victoriana. Estaba destinado a "hacer de la limpieza algo común; reducir el trabajo de las mujeres; fomentar la salud y ayudar a lograr la belleza personal, para que la vida fuera más agradable y gratificante para las personas que utilicen nuestros productos". Esto ocurrió mucho antes de que se inventara la expresión 'Misión Corporativa', pero las mismas ideas siguieron siendo el eje de nuestro negocio, aunque el lenguaje y la idea de que sólo las mujeres se ocupen de las tareas domésticas resulten desactualizadas.

En esta historia, que ya atraviesa tres siglos, el éxito de Unilever se vio afectado por los principales acontecimientos contemporáneos: auge económico, depresión, guerras mundiales, cambios en los estilos de vida de los consumidores y avances en la tecnología. Y durante todos estos hechos creamos productos que ayudan a la gente a sacarle más provecho a la vida, reduciendo el tiempo que pasan realizando las tareas domésticas, mejorando la nutrición, permitiendo a la gente a disfrutar de la comida y cuidar de su hogar, su ropa y su persona.

Línea de tiempo

Década de 1930

La primera década de Unilever comienza con la Gran Depresión y termina con la Segunda Guerra Mundial.

Década de 1940

Las operaciones de Unilever en todo el mundo comienzan a fragmentarse, pero el negocio sigue expandiéndose dentro del mercado de alimentos.

Década de 1950

El negocio experimenta un auge cuando la nueva tecnología y la Comunidad Económica Europea llevan a mejores niveles de vida en Occidente, mientras que se abren nuevos mercados en las economías emergentes de todo el mundo.

Década de 1960

A medida que se expande la economía mundial, Unilever también lo hace y se pone a desarrollar nuevos productos, ingresando en nuevos mercados.

Década de 1970

La situación es especialmente difícil en el sector de Productos de Consumo de Rotación Rápida (Fast Moving Consumer Goods -FMCG) a medida que los grandes minoristas comienzan a mostrar su fuerza.

Década de 1980

Toma la decisión de racionalizar sus negocios para centrarse en los productos y marcas principales.

Década de 1990

El negocio se expande en Europa Central y Oriental y se concentra todavía más en menos categorías de productos, por lo que retira las dos terceras partes de sus marcas.

El Siglo XXI

La década comienza con el lanzamiento del Camino al Crecimiento, un plan estratégico de cinco años, y en 2004 hace todavía más foco en las necesidades de los consumidores del Siglo XXI con su misión de Vitalidad.

Misión: Tiene como misión agregar vitalidad a la vida, lograr un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente a través de sus marcas, operaciones y relaciones comerciales por medio de contribuciones voluntarias y compromiso, al igual que su firme creencia en la integridad y en el respeto mutuo de las personas y organizaciones en contacto con la empresa.

Visión: Ayudar a la gente a sentirse bien, lucir bien y aprovechar más la vida con marcas y servicios buenos para la sociedad en general. Inspirar a la gente a encarar pequeñas acciones cotidianas que hagan una gran diferencia en el mundo reduciendo el impacto ambiental.

Análisis FODA de Unilever

Unilever es una empresa de mucho prestigio a nivel nacional e internacional, por lo cual está muy pendiente de los distintos factores que afectan a la empresa, con el fin de que trascienda en el tiempo, entregando a sus clientes y consumidores productos de calidad.

Para la empresa Unilever se tiene un FODA formado de la siguiente manera: Factores internos que afectan a la empresa:

Fortalezas - Mercado consolidado: se encuentra estable en más de 150 países. - Variedad en sus productos: desde alimentos hasta cuidado personal. - Fuertes alianzas con potentes marcas como Danone y Nestlé. - Casi 100 años de antigüedad incorporando experiencia en el mercado. - Más de doscientas sesenta mil personas trabajando alrededor del mundo para brindar excelentes productos a los consumidores.

Debilidades: -La gran exposición de que presenta la empresa en cuanto a sus productos los obliga a tener un gran personal de profesionales siempre, ya que cualquier falla en calidad de sus productos puede traer perdidas y también rechazo por parte de los consumidores. -Deben vivir muy estrictos con los costos para competir con otras multinacionales y así ser la preferida o una de las preferidas. -Siempre tienen que estar innovando tanto en sus productos como en descuentos y promociones. -Su portafolio debe ser atractivo para el consumidor. -Ante tantos productos también la mano de obra debe ser grande por esto contratar a un empleado nuevo puede significar o pérdidas o mejor posición, siempre están a la deriva. -Poca apertura aduanera -Costos elevados de transportes Factores externos que afectan a la empresa

Amenazas: - Productos sustitutos de la competencia - Crecimiento de la competencia - Entrada de nuevos competidores que implementen costos más bajos (guerra de precios) - Cambio de las necesidades y gustos de los consumidores - Que se queden con un modelo viejo de trabajo, y que su valor migre a otra empresa, quien tiene un modelo que se adecua mejor, y satisface a las nuevas necesidades de los clientes.

Oportunidades: - Calidad y prestigio de las marcas de los productos de Unilever (confianza importante por parte de los clientes), le da la oportunidad de posicionarse como unas de las industrias más rentables. - Innovación en productos - Competencia existente no comercializa con efectividad productos similares.

Responda:

1. ¿Por qué es importante la Misión y Visión de una Empresa?

2. ¿Para qué se identifican las Oportunidades y Amenazas de una Empresa?

3. ¿Por qué es importante conocer las Fortalezas y Debilidades de la Empresa?