CECyTE Campeche

Trabajos Colegiados Estatales Virtuales

TEMAS DE ADMINISTRACIÓN

José Antonio May Osio
Diana Gabriela Romero Hurtado
María del Carmen Cruz Sánchez

CECyTE Campeche

PRESENTACIÓN

Querido alumno:

En la familia CECyTEC tenemos un gran compromiso, la enorme tarea de que ustedes, nuestros alumnos, logren sus metas y sus objetivos. Con estos libros de trabajo estamos dándoles las herramientas que les permitan desarrollar sus conocimientos y habilidades para tener un buen desempeño académico.

Dedícate tiempo de manera inteligente para desarrollar tus habilidades y destrezas. Ten muy claras tus metas. Recuerda que solo con educación podemos construir un futuro prometedor, un mejor país, un mejor estado, un mejor municipio y una mejor familia.

Aprende a soñar. Lucha por tus sueños. Te auguro que serás siempre un triunfador.

¡Estás a muy poco de lograr el éxito!

Mtra. Margarita Nelly Duarte Quijano

Directora General del CECyTEC

Libro de Trabajo
Febrero - Julio 2022

Temas de Administración

Tercer Parcial

Plantel: _____

Nombre del Alumno: _____

Carrera: _____

Semestre:_____ Grupo:_____

Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Campeche

Tercer Parcial

TEMAS DE ADMINISTRACIÓN

Componente:
PROPEDÉTICO

Contenido Central:
3. ÁREAS FUNCIONALES

Contenido Específico:
3.1 Finanzas, recursos humanos, mercadotecnia, sistemas y operaciones.
3.1.1 Concepto
3.1.2 Importancia
3.1.3 Funciones
3.2 Ética Empresarial
3.2.1 La Responsabilidad social
3.2.2 La empresa y el ambiente
3.2.3 La empresa y los consumidores
3.2.4 La empresa y los trabajadores

Apertura

I. LEE CON DETENIMIENTO LAS SIGUIENTES PREGUNTAS Y CONTESTA SEGÚN TU PROPIO CRITERIO.

Recuperando ideas

1.- ¿ Qué entiendes por áreas funcionales?

_____

_____

2.- ¿Qué funciones consideras que lleva acabo el área de Finanzas?

_____

_____

3.- ¿Qué funciones lleva a cabo el departamento de Mercadotecnia?

_____

_____

3.- ¿Qué departamento de una empresa lleva a cabo la elaboración del producto?

_____

4.- ¿Por qué una empresa debe ser responsable con el medio ambiente?

_____

Desarrollo

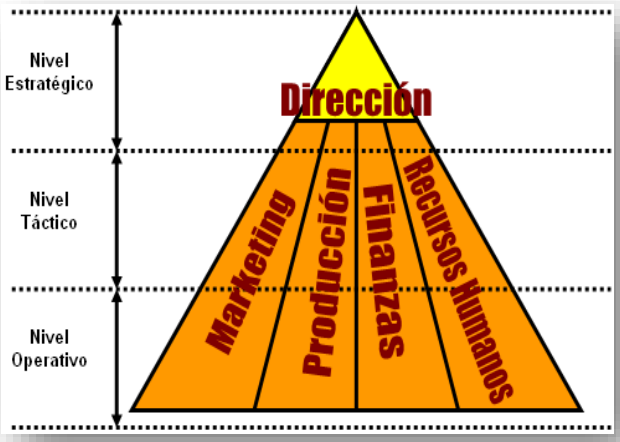
En este Parcial conocerás los aspectos conceptuales de las áreas funcionales de una empresa, así como sus funciones.

Contenido central 3.1

Finanzas, recursos humanos, mercadotecnia, sistemas y operaciones.

Contenidos Específicos:

3.1.1 Concepto
3.1.2 Importancia
3.1.3 Funciones



3.1 Áreas funcionales

Definición

La consecución de los objetivos de una organización implica realizar un sinnúmero de actividades. Para simplificarlas y facilitarlas se crea la división del trabajo y la especialización, y se agrupan actividades semejantes tendientes a lograr las cinco funciones básicas de toda organización: vender, fabricar, manejar el dinero, la información y la tecnología y coordinar al personal.

Las áreas funcionales son conocidas indistintamente como áreas de actividad, áreas de responsabilidad, departamentos, gerencias o direcciones, y varían esta nomenclatura de acuerdo con el tamaño de la empresa.

Un área funcional es el conjunto de funciones, actividades y responsabilidades, realizadas en un departamento o área de la organización. Un organigrama es la representación gráfica o esquema de la forma en que está estructurada la organización.

En las empresas se agrupan las labores en áreas funcionales a través de la aplicación de técnicas de organización. Para representar las áreas funcionales y delimitar funciones, responsabilidades y jerarquías, se utilizan los organigramas o gráficas de organización.

Un organigrama es la representación gráfica o esquema de la forma en que está estructurada la organización

De esta manera, a través de un organigrama es posible entender cómo están divididas las funciones, así como los niveles de autoridad o jerarquía, y las áreas funcionales que conforman a la empresa.

Se hace notar que a partir de este esquema, y dependiendo del tamaño y giro de la empresa, éste puede variar; por ejemplo, en una pequeña empresa con un escaso nivel de operaciones, el gerente realizará las actividades de las distintas áreas funcionales, ya que no es necesario realizar tareas muy específicas, y conforme va creciendo la empresa se incrementan las funciones y subfunciones correspondientes.

Importancia

Las áreas funcionales son de vital importancia ya que:

- A través de éstas se logran los objetivos de la empresa.
- Su existencia permite una mayor eficiencia y eficacia promovida por la especialización, la cual elimina la duplicidad de esfuerzos y facilita la optimización de recursos.
- Delimita funciones y jerarquías.
- Son indispensables para trabajar eficientemente.

La forma de organizar las áreas funcionales o departamentos depende de su tamaño, del volumen de operaciones y de sus recursos. Por ejemplo, una empresa pequeña no necesariamente tiene todos los departamentos; una o dos personas pueden realizar las actividades inherentes a dicha función. Conforme las organizaciones crecen, se hacen más complejas y será necesario que un especialista se dedique a cada una de las actividades, las cuales se estudiarán en esta unidad. Por tanto, la organización de las áreas funcionales depende del tamaño, giro o actividad de la empresa.

En la micro o pequeña empresa:

- El dueño dirige y conoce a todos los trabajadores.

• Los problemas de producción, finanzas, ventas y personal son tan reducidos, que el propietario puede resolverlos y realizar las actividades inherentes a estas funciones.
• La centralización en la toma de decisiones y ejecución de actividades es característica.

En la mediana empresa:
• Al ser una organización en crecimiento surgen especialistas y áreas funcionales.
• Existe la necesidad de aplicar técnicas administrativas.
• Se utiliza la delegación de funciones y se establecen niveles jerárquicos.

En la empresa grande:
• Resulta imposible que una sola persona tome todas las decisiones.
• La complejidad de la administración crece, por lo cual se requiere un gran número de áreas donde diversos profesionales y especialistas realicen cada función.

"La efectividad de la administración 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." *Munch Galindo y García Martínez.*

AREA DE PERSONAL

En el área de personal se realizan las actividades tendientes a coordinar y optimizar las habilidades, los conocimientos, experiencias y competencias de las personas que trabajan en la empresa, con el fin de lograr su máxima eficiencia.

En esta área a la que también se le denomina recursos humanos, relaciones industriales o capital humano, se establecen mecanismos para seleccionar, capacitar y dirigir al personal, y lograr su óptimo desarrollo, así como para elevar su grado de satisfacción y pertenencia dentro de la organización. Contar con una planta con personal estable y motivado es uno de los requisitos fundamentales para lograr mayor productividad. Las principales funciones del área de personal son:

Reclutamiento, selección, contratación, promoción y transferencia de personal.
La función de reclutamiento y selección es también conocida como contratación y empleo. A través de ésta se logra que todos los puestos sean ocupados por personal idóneo, de acuerdo con las necesidades de la organización.

El reclutamiento es un conjunto de actividades cuya finalidad es atraer personal debidamente calificado para ocupar puestos dentro de la organización

El reclutamiento es un medio a través del cual la empresa divulga y ofrece sus requerimientos de personal en el mercado de trabajo. Para ser eficaz, el reclutamiento debe atraer un grupo de candidatos suficiente para garantizar la selección de personal idóneo. Existen tres tipos de reclutamiento: interno, externo y mixto.

Reclutamiento interno
El reclutamiento es interno cuando, al presentarse determinada vacante, la empresa la cubre a través de sus empleados, ya sea por medio de concurso, convocatoria o por ascensos. Esta forma de reclutamiento es altamente motivadora.

Reclutamiento externo
El reclutamiento externo opera con aspirantes que no pertenecen a la organización. Las fuentes externas de reclutamiento están constituidas por los candidatos que provienen de fuera de la empresa. Las fuentes de reclutamiento externo más usuales son: las bolsas de trabajo, los avisos en prensa, las agencias de empleo y las escuelas, entre otras.

Reclutamiento mixto

De preferencia, una empresa no debe utilizar una sola fuente de reclutamiento; deben utilizarse todas.

Selección:

La elección de los empleados, de acuerdo con los requerimientos de la organización, se hace mediante el proceso de selección de personal.

La selección de personal es un conjunto de etapas y técnicas mediante las cuales se realiza una evaluación de las características y aptitudes de los candidatos, y se elige el idóneo.

La selección de personal para que sea válida debe sustentarse en el análisis del puesto que sirve como guía de todo el proceso de selección. De lo contrario, si se realiza de manera empírica, con base en corazonadas o recomendaciones, puede elegirse a personal ineficiente o que no reúna el perfil requerido por la organización, lo cual origina consecuencias que van desde la baja productividad, y altos costos, hasta otras más graves e irreversibles. Para efectuar un proceso científico de selección de personal deben realizarse las siguientes etapas:

1. Recepción preliminar de candidatos. Revisión de la documentación del candidato para asegurar si reúne los requisitos básicos.

2. Elaboración de solicitud de empleo. Se usa para conocer los datos del solicitante y para llevar a cabo la entrevista inicial.

3. Entrevista previa. Sirve para determinar si el candidato reúne los requisitos del perfil del puesto. Se utiliza para hacer una evaluación rápida de qué tan aceptable es el candidato.

4. Aplicación de pruebas de conocimientos. Las pruebas y exámenes de admisión son indispensables para evaluar las capacidades, aptitudes y competencias de los candidatos.

5. Entrevista profunda. Su objetivo es comprobar la autenticidad de la información y evaluar aspectos más específicos acerca de las competencias del candidato.

6***. Aplicación de pruebas psicométricas y de personalidad.*** Para evaluar la inteligencia, personalidad y salud mental de los aspirantes.

7. Entrevista de selección. Se realiza con el jefe inmediato para constatar que reúne todos los requisitos.

8. Encuesta socioeconómica. Investigación de antecedentes y verificación de referencias. Se comprueba la veracidad de la información proporcionada en la solicitud y en la entrevista.

9. Examen médico. Consiste en una revisión de salud física del empleado; para ello se recurre a clínicas o consultorios médicos.

10. Contratación. Cuando el candidato ha aprobado todas las etapas anteriores, se realiza la entrevista de contratación donde se le informa su aceptación y las condiciones del trabajo y del puesto.

11. Inducción. Es la introducción y bienvenida hacia la empresa, los compañeros y el puesto.

Promoción y transferencia

Otras funciones importantes del área de personal son la promoción y las transferencias.

La promoción consiste en ascender al empleado a un puesto de nivel superior con un mejor sueldo, o incrementar el sueldo en el mismo puesto.

La transferencia consiste en cambiar al trabajador a un departamento, área o puesto distinto al que desempeña.

Es necesario fundamentar tanto las promociones como los ascensos en el análisis de puesto, en el desempeño del empleado y en el proceso científico de selección de personal.

Entrenamiento, capacitación y desarrollo personal

La finalidad del entrenamiento, capacitación y desarrollo es fomentar las capacidades, competencias y habilidades del personal, a fin de que alcancen la mayor productividad, y desarrollen todas sus potencialidades.

Un error muy común en algunas empresas es considerar la capacitación como un mal necesario, ya que en ocasiones la legislación En esencia, los tres procesos forman parte de la labor de educación en la empresa; la diferencia es sutil, usualmente se considera que el entrenamiento se orienta al desempeño de un puesto, y a niveles operativos y administrativos.

La capacitación se refiere a la adquisición de conocimientos y competencias en el trabajo, y se enfoca a mandos intermedios y ejecutivos.

El entrenamiento es el proceso de adquisición de habilidades y destrezas para el desempeño de un puesto.

El desarrollo, como su nombre lo indica, se da en nivel ejecutivo y directivo, y sirve para el perfeccionamiento de potencialidades y la adquisición de nuevas habilidades.

Administración de sueldos y salarios. Prestaciones. Administración de nóminas

La administración de sueldos y salarios es el conjunto de técnicas cuya finalidad es lograr una retribución más justa y equitativa de todos y cada uno de los miembros de la empresa.

A la administración de sueldos y salarios también se le denomina administración de retribuciones o de compensaciones. La administración de sueldos y salarios es de gran importancia, ya que mediante ésta deben satisfacerse las necesidades básicas del personal.

A través de su adecuada aplicación se logra un mayor compromiso, mayor estabilidad y mejor calidad de vida del personal de la organización. A través de la administración de sueldos y salarios se aplican principios y técnicas para lograr que la remuneración que recibe el trabajador sea adecuada a la capacidad que se requiere para el de laboral impone la obligación de impartir un número de horas-hombre anual de capacitación, y ésta se realiza sin ninguna planeación, por lo que con frecuencia las organizaciones no perciben los beneficios de la misma.

ÁREA DE FINANZAS

Finanzas

La función financiera es indispensable, ya que a través de ella, se administran los recursos de la organización, además de que se realizan otras actividades básicas como la obtención y asignación de recursos, el control de los costos y gastos, el pago de obligaciones y todas aquellas actividades tendientes a obtener los máximos rendimientos financieros.

Entre las principales funciones del área de finanzas se encuentran

- Financiamiento
- Presupuestos
- Contraloría
- Control de crédito y cobranza
- Pagos fiscales y control de nóminas

Financiamiento:

Se refiere a los mecanismos por medio de los cuales, una empresa obtiene recursos para un proyecto específico, ya sea la adquisición de bienes y servicios, pago a proveedores, etc., con la finalidad de realizar sus operaciones de manera óptima. Por medio del financiamiento la empresas pueden mantener una economía estable, planear futuro e incluso expandirse.

Existen 2 fuentes de financiamiento básicas:

Fuentes internas de financiamiento: Son los propios dueños o accionistas de la empresa, quienes contribuyen con sus aportaciones para el funcionamiento del negocio.

Fuentes externas de financiamiento: Son los bancos, prestamistas, proveedores, quienes prestan dinero y otorgan crédito.

Presupuestos:

Un presupuesto es un plan de operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en cierto período los objetivos propuestos. Se encuentra expresado en términos monetarios. En términos sencillos, un presupuesto es planear lo que quiere hacer la empresa a futuro y expresarlo en dinero. Los presupuestos constan de dos partes: 1) Previsión de egresos o inversiones que la empresa ejercerá un período específico, por lo general se realizan de manera anual, semestral, trimestral o mensual. 2) Previsión de ingresos necesarios para cubrir los gastos planeados, durante el período específico.

Tipos de presupuestos:

Presupuestos generales: cubren la totalidad de la empresa, por ejemplo: El presupuesto de egresos de Súper del Norte por el año 2015.

Presupuesto Específico: se refiere a un área en particular, por ejemplo: Presupuesto de egresos del área de Mercadotecnia, de Súper del Norte, por el año 2015.

Presupuesto a corto plazo: duración de un mes.

Presupuesto a mediano plazo: duración de seis meses.

Presupuesto a largo plazo: duración de 1 año.

Los presupuestos, además de utilizarse como planes, son también un instrumento de control, ya que permiten evaluar cómo es que se van ejerciendo los recursos a lo largo del tiempo.

Contraloría:

El área de contraloría brinda información veraz y confiable a la administración, mediante el desarrollo de lo que llamamos control interno, lo cual provee transparencia a las funciones de la empresa.

El control interno es un proceso que lleva a cabo la administración de una empresa. Consiste en un conjunto de políticas y procedimientos establecidos para garantizar la consecución de los objetivos específicos de la empresa, en los siguientes aspectos básicos: efectividad y eficiencia

de las operaciones, confiabilidad de los reportes financieros y cumplimiento de las leyes, normas y regulaciones que enmarcan la actuación administrativa.

La responsabilidad de la contraloría es brindar información veraz y confiable a la administración, así que su función es estratégica, porque en la medida en que exista un control interno eficiente, se dará una mejor calificación de transparencia a la gestión empresarial.

Control de crédito y cobranza:

Para poder otorgar crédito, la empresa debe contar con suficiente capital de respaldo, de no contar con éste, la empresa puede optar por admitir pagos con tarjeta de crédito de los bancos, ya que de esta manera la empresa traslada a los bancos el financiamiento de sus clientes.

Cuando la empresa otorga crédito a sus clientes, debe realizar las siguientes funciones:
-Recibir solicitudes de crédito de sus compradores.
-Turnarla al departamento de crédito y cobranza.
-Investigar la información de la solicitud.
-Investigar en buró de crédito al solicitante.
-Calificar sus ingresos medidos contra sus gastos y compromisos de pago.
-Definir el monto de crédito a otorgar.
-Otorgar el crédito. -Supervisar operaciones del cliente, compras, fecha de pago, etc.
-Proceder a cobranza jurídica si procede.

La función de crédito de toda empresa, requiere la aplicación de técnicas de planeación, organización, dirección y control, de manera eficaz.

Pagos fiscales y control de nóminas:

El pago de impuestos es uno de los principales requerimientos del Estado hacia las empresas, es obligación de la empresa informar al gobierno del estado de sus ingresos egresos y utilidades para determinar los pagos que se deben hacer, los cuales se hacen constar mediante las declaraciones fiscales.

Entre las principales obligaciones fiscales se encuentran:
-Pago de impuesto sobre la renta (ISR).
-Pago de impuesto al valor agregado (IVA).
-Pago de impuesto sobre la nómina.

Con el fin de que las empresas den cumplimiento a sus obligaciones fiscales de manera adecuada, es necesario que lleven un control de contabilidad eficiente que les permita conocer la información financiera, la cual le será de utilidad para hacerlo en tiempo y forma.

Control de nómina:

Las empresas tienen la obligación de pagar impuestos derivados de la actividad laboral a la cual se dediquen, también se les requiere el pago de un impuesto proveniente de la totalidad de sueldos y salarios que éstas pagan a sus empleados.

El ISR (Impuesto Sobre la Renta), es un requerimiento fiscal, el cual están obligados a pagar, tanto las personas físicas, como las personas morales, por lo que a la empresa está obligada a retener y pagar el impuesto que generen sus trabajadores, producto de su trabajo.

El resultado de restar los ingresos menos los descuentos, es el monto total que finalmente es depositado, o pagado por los medios que la empresa crea pertinentes, a través del registro de la nómina, se conocen las retenciones y pagos que la empresa está obligada a hacer al trabajador, para posteriormente trasladarlo a las diferentes instancias de gobierno que así lo requieran, ejemplo: IMSS, INFONAVIT, SAR, etc.

ÁREA DE PRODUCCIÓN

El área de producción, también llamada área o departamento de operaciones, manufactura o de ingeniería, es el área ó departamento de un negocio que tiene como función principal la transformación de los insumos o recursos (energía, materia prima, mano de obra, capital, información), en productos finales (bienes o servicios).

No solo las empresas productoras o industriales cuentan con la función del área de producción, sino también toda empresa de servicios, por lo que actualmente se utiliza en término de “operaciones”, antes que el de producción, ya que producción se asocia comúnmente con los bienes tangibles.

Las decisiones que se toman en el área de producción están relacionadas con los siguientes aspectos:

-Proceso.
-Capacidad
-Inventarios.
-Fuerza de trabajo.
-Calidad

A continuación conocerás más específicamente en qué consisten las decisiones que el área de producción debe realizar derivado de los aspectos arriba mencionados.

Decisiones de proceso.

Se conocen también como decisiones estratégicas, se considera su aplicación a largo plazo, son tomadas por el personal de alta dirección, como gerentes o directores del área, dentro de las cuales se encuentran:

-Determinar el modelo del proceso, si la producción será en línea (por ejemplo, de ensamblaje, como en las maquiladoras), o bien por bloque, (por ejemplo, en una lavandería, lavado, secado y planchado de ropa).

-Determinar la cantidad de unidades que la empresa tiene la capacidad de producir en un mes.

Decisiones tácticas.

Se consideran a corto plazo, pueden ser tomadas por el administrador o jefe de línea, entre las que se encuentran:

-Cómo se organizarán los turnos de trabajo de los empleados, de acuerdo a las necesidades de producción.

Decisiones sobre capacidad.

-Determinar la conveniencia de la ubicación de las instalaciones y el tamaño de la misma

-Determinar cuándo es necesario trabajar tiempo extra, de acuerdo a las necesidades extraordinarias de producción.

Decisiones sobre inventario.

-Determinar el tamaño del inventario.

-Determinar la cantidad de unidades por ordenar, para que siempre haya existencia de mercancía.

Decisiones sobre fuerza de trabajo.

-Fijar metas de trabajo y estándares para los empleados.

Decisiones sobre calidad.

-Establecer estándares de calidad.

-Definir qué tipo de control se realizará para cumplir con las especificaciones requeridas.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, te has dado cuenta que la administración de la producción requiere de la aplicación de todos y cada uno de los pasos proceso administrativo, con la finalidad de transformar los insumos en productos de alta calidad.

Controlar la producción, es realizar una permanente verificación de la misma, con el fin de cumplir con las especificaciones planeadas, reduciendo al mínimo, las diferencias entre lo planeado y los resultados obtenidos.

El control de la producción, es la sistemática toma de decisiones y acciones necesarias para corregir el desarrollo de un proceso, de modo que se apegue al plan original.

El área de producción requiere una constante evaluación de los siguientes aspectos:

-Demanda del cliente.
-Situación de capital.
-Capacidad productiva de la planta instalada.
-La capacidad de proyectar éstos factores en el tiempo (pronósticos).

ÁREA DE MERCADOTECNIA

La mercadotecnia, de acuerdo a ***Philip Kottler*** "Es la actividad humana, dirigida a satisfacer las necesidades, carencias y deseos a través de procesos de intercambio".

La función del área de mercadotecnia de una empresa es la de planear, dirigir, integrar y controlar las actividades necesarias para promover y facilitar los intercambios comerciales entre una empresa y su mercado.

Para llevar a cabo las actividades de mercadotecnia, la empresa utiliza una combinación de herramientas o variables, mediante las cuales diseñará una serie de estrategias, las cuales posteriormente son transformadas en programas concretos para que la empresa pueda llegar al mercado con un producto que satisfaga los deseos y/o necesidades de los consumidores, a un precio conveniente, con un mensaje apropiado y un sistema de distribución que lleve el producto hasta el lugar correcto y en el momento adecuado para ser adquirido. El conjunto de variables al cual nos referimos es conocido con el nombre de Mezcla de Mercadotecnia, la cual también se le conoce como 4 P's.

Las 4 P's de la mezcla de mercadotecnia son:
1° -Producto.
2º -Precio.
3º -Plaza (distribución).
4º -Promoción.

Producto:

Se refiere al bien que la empresa ofrece, puede ser tangible (como un chocolate) o intangible (como el servicio de mensajería. Todo aquello que es capaz de satisfacer una necesidad o deseo del consumidor, dentro de las categorías de productos, se pueden considerar las siguientes ofertas:

-Bienes.
-Servicios.
-Experiencias.
-Eventos.
-Personas (artistas, políticos, médicos, etc.).
-Lugares.
-Propiedades.
-Organizaciones.
-Información.
-Ideas.

Dentro de las decisiones sobre el producto que el área de mercadotecnia realiza se encuentran las relacionadas con el diseño del producto, variedad, calidad, diseño, marca, envase y característica, con la finalidad de llegar a satisfacer los deseos del mercado meta al cual se pretende llegar.

Precio:

Es la cantidad monetaria que los consumidores pagan por la obtención del producto o servicio a adquirir, una adecuada decisión sobre el precio por parte del área de mercadotecnia, implica la fijación de un precio accesible para el consumidor, y conveniente para la empresa, considerando recuperar sus costos de producción y a obtener una ganancia adicional, entre los elementos a considerar para la fijación del precio se encuentran: los costos de producción, la competencia, las metas de rentabilidad de la empresa, etc.

Plaza:

Implica las decisiones que el área de mercadotecnia debe llevar a cabo en cuanto a la distribución, establecer las bases sobre todas aquellas actividades que la empresa debe realizar para llevar el producto a disposición del mercado meta, entre los elementos a considerar para una adecuada distribución se encuentran:
-Canales de distribución, es decir si se va a hacer uso de intermediarios (mayoristas, detallistas, etc.), o será venta directa, es decir del productor al consumidor.
-Inventario.

-Transporte del producto.
-Cobertura.
-Logística.

Promoción:
Es el mensaje que se transmite al consumidor, con la finalidad de que conozca y adquiera el producto, incluye las funciones de publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas y diseño de puntos de venta.

La gerencia de mercadotecnia, tendrá entre sus principales acciones:

El área de mercadotecnia también involucra otras funciones como son:

Investigación de mercados:
Implica la realización de estudios para obtener información que facilite la práctica de la mercadotecnia, por ejemplo, conocer quiénes son o pueden ser los consumidores o clientes potenciales, identificar sus características (qué hacen, donde compran, porqué, donde se encuentran ubicados, a cuánto ascienden sus ingresos, etc.,), así como determinar sus necesidades o deseos.

Ventas:
Esta función implica la realización de toda actividad que genere en los clientes el último impulso hacia el intercambio, es aquí en donde se pueden apreciar los resultados de la puesta en práctica de las actividades de la mezcla de mercadotecnia.

Posventa:
Tiene que ver con toda acción que se lleva a cabo en casi todas las actividades, principalmente servicios; que se realiza después de la venta, ejemplo: garantías, servicios adicionales a los equipos, promociones para clientes recurrentes, envío gratuito del producto etc., lo anterior, para asegurar la plena satisfacción del cliente, y por consiguiente la compra de repetición.

El éxito del área de mercadotecnia implica que los elementos mencionados anteriormente, se realicen a cabalidad mediante la implementación de una adecuada planeación, organización, integración, dirección y control, es decir la aplicación del proceso administrativo al departamento de mercadotecnia.

ÁREA DE SISTEMAS

En la actualidad, el uso de recursos tecnológicos es parte de la rutina diaria, no es diferente dentro de las empresas, por lo que éstas hacen uso de sistemas de información, tecnologías de producción, de administración, marcas, productos maquinaria e innovaciones.

Para implementar y controlar, el uso de la tecnología arriba mencionada, la empresa acude al área de Sistemas, quien es la encargada de la administración de las tecnologías de la información, las cuales son indispensables en toda empresa, sin importar giro ni tamaño de ésta

El área de sistemas, tiene como objetivo el de proveer de soluciones en cuanto a las necesidades de información de la empresa, para lo cual desarrolla las funciones que se detallan a continuación:

-Análisis y diseño de sistemas.
-Banco de datos.
-Procesamiento de información.
-Edición.
-Mantenimiento de Hardware.
-Telecomunicaciones.

Análisis y diseño de sistemas:

La implementación de un sistema de información en una empresa, requiere de una planeación previa, mediante la puesta en marcha de las etapas que se te detallan a continuación:

-Análisis de las necesidades.
-Diseño del sistema.

-Desarrollo.
-Implementación.
-Mantenimiento del sistema.

La automatización de las funciones, se va dando conforme al crecimiento de la empresa, es decir cuando más grande sea la empresa, ésta contará con mayor número de operaciones automatizada.

La elección del sistema acorde para la empresa, debe tener en cuenta los siguientes aspectos: el tamaño de la empresa, los recursos y necesidades de los usuarios.

De acuerdo a lo anterior, en una pequeña empresa se utilizarán sistemas sencillos de manejar y de instalar, y en las grandes empresas será necesario adoptar sistemas más complejos, los cuales requerirán de mayor costo financiero, capacitación, mantenimiento y actualización del mismo.

Banco de datos:

Los bancos se podrían considerar como un almacén en donde se resguardan grandes cantidades de información de manera organizada y estructurada, para posteriormente será utilizada de manera fácil y rápida por la empresa.

En el área de sistemas de la empresa, se considera a la base de datos como un sistema formado por un conjunto de datos almacenados en discos, lo cuales permiten el acceso directo a ellos y un conjunto de programas que administran la totalidad de esos datos.

Los bancos de datos se encuentran compuestos por una serie de tablas, en las cuales se encuentran vaciados los datos, cada tabla tiene a su vez un número de columnas, en donde se encuentra capturada la información sobre cada elemento que la empresa considere relevante conservar, por ejemplo: Directorio de clientes, directorio de proveedores, estadísticas de productividad, estadísticas de ventas, registro de llamadas realizadas, etc.

Procesamiento de información:

Se refiere básicamente a las técnicas eléctricas, electrónicas ó mecánicas utilizadas para el manejo de datos para la manipulación de información dentro de la empresa.

A través del procesamiento de datos, se lleva a cabo una transformación, es decir, los datos se convierten en “información”, la cual es útil a la empresa para la toma de decisiones.

Los encargados del procesamiento de la información llevan a cabo un control de calidad, sobre los mismos, es decir analiza la información recibida, la procesa y en función de que ésta información resulta o no útil para la toma de decisiones, es cuando podemos decir que pasó el “control de calidad”, o bien se almacena o se desecha, también se puede resumir el sistema del procesamiento de datos, de acuerdo a lo mostrado en la siguiente imagen:

Mantenimiento de Hardware:

El sistema de cómputo está compuesto por hardware y software.

El encargado del mantenimiento de hardware y software, tiene como responsabilidad que exista una correcta interacción entre ambas partes, así mismo, que a través de esta interacción se auxilie a la empresa a lograr el correcto funcionamiento para el logro de sus objetivos generales y los específicos de cada departamento.

Telecomunicaciones:

Es el área encargada de la correcta transmisión de un mensaje desde un punto hacia otro, mediante los diferentes medios tecnológicos con los que cuente la empresa, es decir, telefonía, radio, televisión, internet.

Dentro de su campo, es importante considerar la variedad del material físico que se utiliza para lograr éstas comunicaciones, ya que de esto dependerá el éxito del proceso, por lo que los encargados de ésta área marcan las pautas o criterios para que la adquisición del mismo sea el adecuado.

Los encargados de área analizan los costos, capacidad, posibles errores o bien la facilidad que éstos materiales proporcionarán a la empresa para cumplir con el objetivo principal, que consiste en mantener a la empresa comunicada tanto al interior, como al exterior de ella.

Es momento de hacer una pausa y evaluar tu aprendizaje en este tema.

Explica la importancia de las áreas funcionales.

Área	Importancia
Finanzas	
Recursos Humanos	
Mercadotecnia	
Producción	
Sistemas	

Anota con una ***V*** si la aseveración es verdadero y con una ***F*** si es falso

El área de Recursos Humanos es la encargada de llevar a cabo la cobranza de los deudores.( )
El área de Mercadotecnia se encarga de llevar a cabo las promociones de los productos de la empresa. ( )
El área de Producción se encarga del diseño y presentación del producto. ( )
El área de Finanzas se encarga de presupuesto que le corresponde a cada área de la empresa. ( )
El área de Sistemas se encarga de tomar las decisiones más importantes de la empresa. ( )

Contenido central 3.2
Tema Ética Empresarial

Contenidos Específicos:
3.2.1 La Responsabilidad social
3.2.2 La empresa y el ambiente
3.2.3 La empresa y los consumidores
3.2.4 La empresa y los trabajadores

3.2 ÉTICA EMPRESARIAL

Conceptos:
Ética
Proviene del término “ethikos”, que significa carácter. La ética también es el resultado de ser moral y de la propia acción que hacemos los humanos, por ejemplo; definir lo que es bueno, malo, obligatorio, permitido, etc., siempre definiendo si es una acción a tomar o una decisión. También estudia los principios de la moralidad y de la deontología, que trata sobre los deberes del hombre.

La ética empresarial **engloba una serie de valores, y principios por los cuales se rige una empresa a la hora de llevar a cabo sus acciones y actividades.**

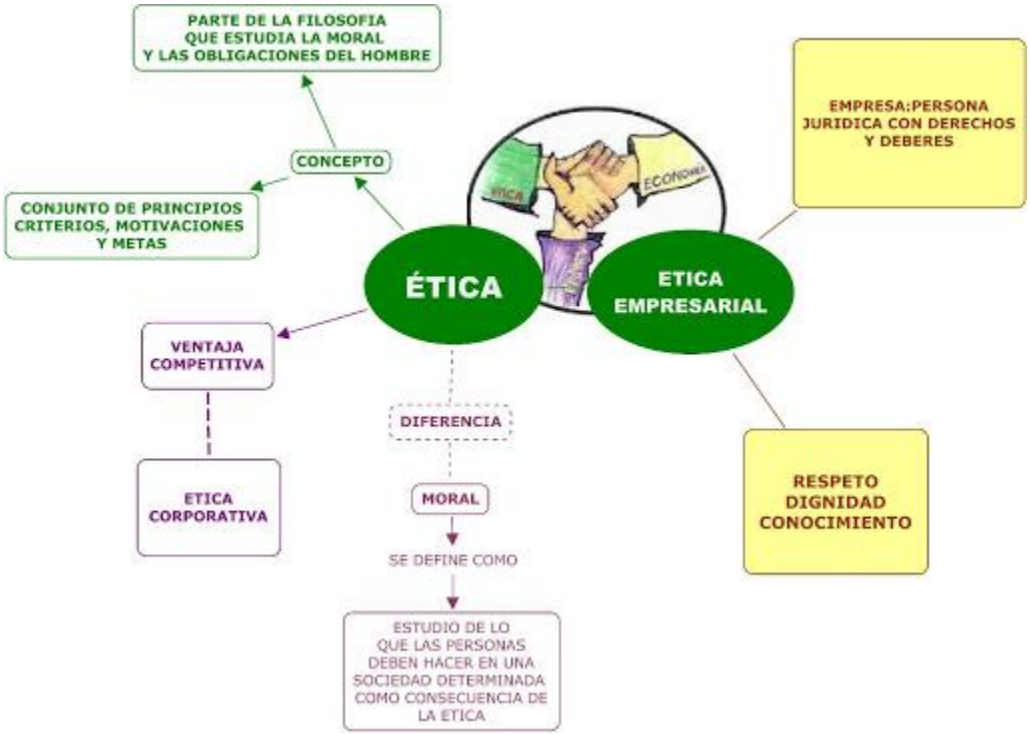
La ética empresarial es un parte indispensable en una empresa. Se trata de tener unos principios éticos por los cuales un negocio puede alcanzar un compromiso social.

Lo importante es que se lleve a cabo desde los niveles superiores de la empresa hasta los empleados para que estos se sientan motivados y conformes con los valores de esta. Es imprescindible que estos se sientan involucrados y sean conocedores desde el principio sobre este tipo de normativas para que las pongan en práctica igualmente y las transmitan en sus tareas.

Muchos negocios carecen de una ética empresarial, no poseen valores, normas de comportamiento, y eso genera un problema entre sus propios trabajadores y sus clientes. Hablamos de la moralidad del ser humano, y una empresa también debe tener esto.

La ética Empresarial se ocupa del:

Estudio de las cómo una compañía integra el cuestiones normativas de naturaleza conjunto de valores (honestidad, moral que se plantean en el mundo de respeto, justicia y otros) en sus negocios: la gestión empresarial, la propias políticas, prácticas y en la organización de una corporación, las toma de decisión en todos los conductas en el mercado, las ámbitos de la empresa, decisiones comerciales, etc.



¿Cuál es la función de la ética empresarial?

La ética empresarial es una rama de la ética aplicada. Se ocupa del estudio de las cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en el mundo de los negocios: la gestión empresarial, la organización de una corporación, las conductas en el mercado, las decisiones comerciales, etc.

Principios fundamentales de la ética empresarial

En una organización en la que la ética empresarial tenga cabida:

1- Justicia: estos principios deben de ser:

2- Verdad: asimilados y practicados por:

3- Respeto: todos los miembros de la empresa:

4- Tolerancia: con respecto a:

Libertad de la propia institución, los trabajadores, los proveedores, la competencia, los clientes, la comunidad y el medio ambiente.

5- Legalidad: principios éticos fundamentales dentro de la empresa a través de un código ético.

¿Qué es el código de ética de una empresa?

El código de ética es un referente formal e institucional de la conducta personal y profesional que deben cumplir todos los trabajadores, miembros de la Junta Directiva, proveedores y contratistas de una empresa, independientemente del cargo o función que ocupen.

Responsabilidad Social.

"La Responsabilidad Social Empresarial se refiere también a la actitud y al conocimiento de una empresa encaminada a mantener el equilibrio entre el desarrollo de la sociedad, un entorno sustentable, y la viabilidad comercial y económica de ella misma" (Cajiga).

De acuerdo con lo anterior se puede decir que en este ámbito la responsabilidad social empresarial se encarga de generar un aporte a la comunidad en la cual se desarrolla, entregando beneficios a la sociedad jugando un papel activo en el desarrollo de la misma.

Para que las empresas sean socialmente responsables es necesario que cuenten con unos valores empresariales definidos, claros y coherentes con su desarrollo y su planeación estratégica, por lo que una empresa socialmente responsable asume como propios los problemas de la comunidad, por lo que establece acciones y compromisos para disminuir el impacto negativo que pueda causar por sus actividades.

Actualmente es común ver que las empresas concentran parte de sus esfuerzos e ingresos en generar algún aporte a la sociedad, es común ver como patrocinan deportistas de alto rendimiento, ayudan a causas sociales en épocas de crisis como desastres naturales, y finalmente algunas empresas utilizan la este rama de la RSE como una fuente de disminución de impuestos.

Responsabilidad Ambiental.

Es importante anexar esta responsabilidad y no solo cumplir con lo que piden las leyes; hay que procurar ser una empresa limpia, buscando el desarrollo tecnológico que permita ser una empresa verde. Las empresas deben darse cuenta que esto no es una moda, sino una tendencia mundial, impulsada por el éxito que han tenido las corporaciones con una ética de negocios bien precisa.

Responsabilidad Social Hacia Los Colaboradores

"La empresa socialmente responsable debe serlo en principio desde su interior porque su principal responsabilidad es con sus colaboradores, que finalmente son los que hacen posible el negocio" (CentraRSE, 2006).

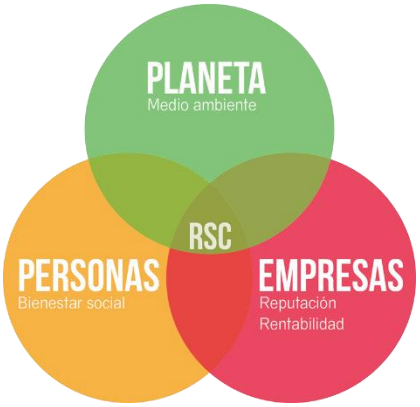
La empresas hoy en día se interesan por medir el bienestar de sus trabajadores y es tal la tendencia que cada año empresas consultoras generan los rankings de las mejores empresas para trabajar, las cuales se caracterizan no solo por ser reconocidas por sus productos, sino por brindar un ambiente agradable a sus empleados en donde se pueden desarrollar laboral y personalmente.

Adicional a esto las organizaciones también se pueden certificar como socialmente responsables con la certificación SA8000: Responsabilidad Social, que se encarga de fomentar el desarrollo, mantenimiento y aplicación de prácticas socialmente éticas en el puesto de trabajo.

"La norma SA8000 es una creíble, completa y eficaz herramienta basado en el sistema de gestión para ayudar a mejorar las condiciones de trabajo. Cuando se evalúa de forma independiente y es certificado, SA8000 ayuda a una empresa que demuestre públicamente su conformidad con los principios aceptados para la Responsabilidad Social" (LRQA, 2011)

RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA DE MARKETING EXITOSA

"Conocer al cliente nos dice que es mucho más que una persona interesada en un producto, es una persona que tiene preocupaciones porque el mundo en muy inestable, existe la duda de si el planeta se quedará sin recursos, la pobreza, la falta de agua; es un contexto en el que las empresas deben demostrar que a ellos también les importa, que no solo quieren vender lo que los clientes quieren de la mejor forma posible sino que también quieren asegurarse de entender en mundo en que viven los clientes, quieren demostrar que tratan de hacer la diferencia y un mundo mejor" (Kotler P. , What´s Marketing?, 2013).



Después de revisar cada una de las estrategias empresariales vistas en los capítulos anteriores, se analizarán los beneficios que trae la unión de las mismas para las empresas, como pueden obtener mayores beneficios de las prácticas que ya tienen pero que no son conocidas por los clientes, haciendo uso de la innovación para la mejora de procesos y productos y aumentando su competitividad en el mercado.

Marketing Social El Marketing 3.0 o marketing social busca satisfacer las necesidades de los clientes con base a consciencia social y medio ambiental, las recomendaciones para ejercer un buen Marketing 3.0 son simples pero de estricto seguimiento, hay que involucrar a los clientes en los productos que se les puede ofrecer, aprovechar las redes sociales, correos, etc., para captar la opinión de nuestros clientes.

Ayudar al medio ambiente o a su entorno, no solo es tema de moda, trae ganancias tanto en publicidad como una sana imagen de la empresa. Tener buenas prácticas en la tecnología, implementar reglas bien fundamentadas que 17 lleven a una experiencia al consumidor de las mismas, y no solo una opción más, una opción en el cual el cliente interactúe se sienta identificado con la marca o la empresa. Conocer como nos ve nuestra competencia nos amplia nuestro panorama de lo que estamos haciendo bien o que tenemos que mejorar, por último siempre estar revisando nuestras estrategias, tener un plan de marketing estratégico, los mercados son muy cambiantes por eso es necesario medirlos periódicamente, contando con planes de contingencia para no tener sorpresas (Inicianet).

Es momento de hacer una pausa y evaluar tu aprendizaje en este tama.

Contesta lo siguiente:

¿Qué engloba la ética empresarial?	
¿De qué se ocupa la ética empresarial?	
¿Cuáles son los principios fundamentales de la ética empresarial?	
¿Qué es el codigo de ética de una empresa?	
¿Qué es la responsabilidad social?	

Cierre

Observa con atención las siguientes instrucciones y realiza las actividades que se te proporcionan.

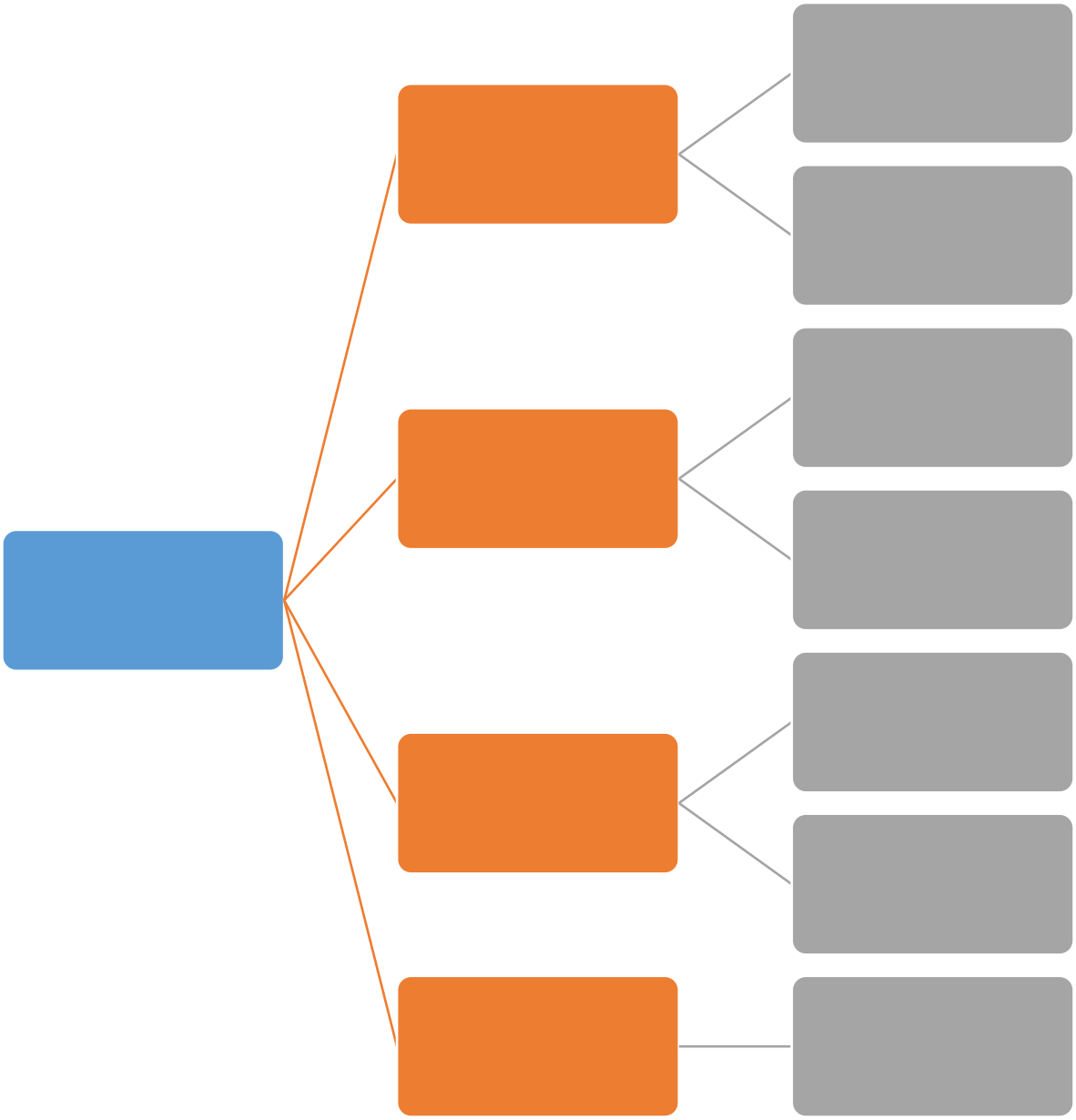
ACTIVIDAD_1

Instrucciones:

Del tema Áreas Funcionales y con la información que se encuentra en tu cuadernillo elabora un cuadro sinóptico.

Recuerda:

a) Escribir el tema principal al inicio y en el centro
b) Dibujar las llaves correspondiente por cada subtema
c) Ordena la información jerárquicamente



Para completar el tema de áreas funcionales observa con atención la siguiente instrucción y realiza la actividad que se te proporcionan.

ACTIVIDAD_COMPLEMENTARIA

Instrucciones:

Del tema Áreas Funcionales y con la información que se encuentra en tu cuadernillo enlista las funciones de cada departamento.

Área de Recursos Humanos:

Área de Finanzas:

Área de Producción:

Área de Mercadotecnia:

Área de Sistemas:

ACTIVIDAD_2

Instrucciones:

Con el tema Ética Empresarial elabora un mapa mental

Recuerda lo siguiente:

a) Define y ubica la idea (tema) principal
b) Organiza los subsistemas
c) Desglosa los subsistemas
d) Utiliza diferentes colores

Autoevaluación

Lo que no se evalúa, no se mejora.

La sinceridad ante todo… **¿Qué aprendí en este parcial?**

Instrucciones:
Coloca una marca ✓ si aprendiste el tema que se indica, o anota una ✗ si todavía no has comprendido el tema en su totalidad.

Tema	Lo aprendí ✓	Aún me falta por aprender ✗
Concepto de áreas funcionales		
Funciones de las áreas funcionales		
Importancia de las áreas funcionales		
Concepto de Ética empresarial		
Responsabilidad Social		
La empresa y el ambiente		
La empresa y los trabajadores		
La empresa y los consumidores		

Te felicito por tu esfuerzo y dedicación… ¡Ánimo!...Tú puedes mejorar si realmente te lo propones.

Nombre del alumno:		
Carrera: Procesos de Gestión Administrativa		
Semestre: 6º.	Grupo: A ☐ B ☐	Ciclo Escolar: 2021-2022
Tema:		Ponderación
Áreas Funcionales		50 %
Asignatura/Módulo: Temas de Administración		
Competencias Genéricas: 9.- Participa con conciencia cívica y ética en la vida de su comunidad, región, México y el mundo.		
Producto/Desempeño esperado: Cuadro Sinóptico		**ACTIVIDAD_1**

Instrumento de Evaluación

PARCIA

1o	2o	3o
☐	☐	■

CRITERIOS	CUMPLIÓ		OBSERVACIONES
	SI	NO	
El cuadro contiene:			
1. *De las áreas funcionales los conceptos*			
2. *De las áreas funcionales la importancia de cada una*			
3. *De las áreas funcionales sus funciones de cada una*			
4. *Se relaciona los temas de forma correcta*			
5. *Incluye información completa de la cada área*			
6. *Incluye fuentes de consulta*			
7. *Se presenta en forma clara y ordenada*			
8. *Fue entregado en tiempo y forma*			
9. *Cumple el formato de cuadro sinóptico*			

Nivel de logro de competencia	
Desarrollado	8-10
En vías de desarrollo	4-7
Aún no desarrollado	0-3

Observaciones Generales:

Evaluador	Lugar y fecha de aplicación

Nombre del alumno:		
Carrera: Procesos de Gestión Administrativa		
Semestre: 6º.	Grupo: A ☐ B ☐	Ciclo Escolar: 2021-2022
Tema:		Ponderación
ETICA EMPRESARIAL		50 %
Asignatura/Módulo: Temas de Administración		
Competencias Genéricas: 9.- Participa con conciencia cívica y ética en la vida de su comunidad, región, México y el mundo.		
Producto/Desempeño esperado: Mapa Mental		**ACTIVIDAD_2**

Instrumento de Evaluación

PARCIA

1o	2o	3o

CRITERIOS	CUMPLIÓ		OBSERVACIONES
	SI	NO	
El Mapa contiene:			
1.-Abarca los conceptos			
2.-Organiza los subtemas			
3.-Desglosa los subtemas			
4.-Se relaciona los temas de forma correcta			
5.-Incluye información completa de la cada tema			
6.- Es creativo y original			
7.-Incluye fuentes de consulta			
8.-Se presenta en forma clara y ordenada			
9.-Fue entregado en tiempo y forma			
10.-Cumple el formato de cuadro sinóptico			

Nivel de logro de competencia	
Desarrollado	8-10
En vías de desarrollo	4-7
Aún no desarrollado	0-3

Observaciones Generales:

Evaluador	Lugar y fecha de aplicación

Referencias Bibliográficas

Münch, L. (2011). Administración, Proceso administrativo, clave del éxito empresarial (2ª ed.). México: Pearson. Münch, L., & GARCÍA, J. (2008). Fundamentos de Administración (7ª ed.). México: Trillas.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos del Marketing. Mexico: Pearson Education.