



Módulo 2

Introducción General a la Economía y Administración de Empresas

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Resultados de Aprendizaje

- 1. La comprensión de la importancia de la gestión para la sociedad y los individuos*
- 2. La comprensión del papel de la gestión*
- 3. La habilidad de enumerar y definir las funciones básicas de la gestión*
- 4. La comprensión de las destrezas básicas de gestión y su relativa importancia para los gerentes*
- 5. El conocimiento de las destrezas que ayudan a los gerentes a ser exitosos*
- 6. La comprensión de la relación entre dirección y gestión*
- 7. La valoración de los enfoques de Estilos y características del liderazgo*
- 8. Apreciaciones de usar las Relaciones de Accionistas dentro del marco empresarial*
- 9. Apreciaciones de temas emergentes y asuntos de hoy*



Fase 1
Introducción



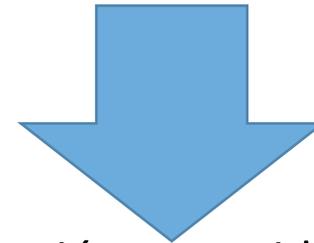
El Papel de la Gestión

- Definición de Gestión

- a) Proceso de actividades continuadas y relacionadas
- b) Supone y se centra en alcanzar metas organizacionales
- c) Funciona con y a través de personas y otros recursos organizacionales

- El Proceso de Gestión: Funciones de la Gestión

- Planificación
- Organización
- Influencia
- Control



1. Recoger información que mide el rendimiento reciente
2. Referenciar el desempeño presente de estándares preestablecidos
3. Desarrollar modificaciones para cumplir con los estándares preestablecidos

Objetivos de la gestión



- Proceso de Gestión y Cumplimiento de Objetivos
 - Preferencia por la acción
 - Cercanía al cliente
 - Autonomía y emprendimiento
 - Productividad a través de las personas
 - Orientación práctica y basada en valores
 - “Dedícate a tu negocio base”
 - Forma organizacional simple con personal escaso
 - Propiedades flojas-apretadas simultáneamente



Definición de Gestión

- Gerente

- Persona que planifica, organiza, dirige y controla el trabajo de otros para que la organización cumpla sus objetivos.
 - Es responsable de la contribución.
 - Hace las cosas a través de los esfuerzos de otras personas.
 - Es hábil en el proceso de gestión.

- Proceso de Gestión

- Se refiere a las cuatro funciones básicas del gerente de planificación, organización, dirección y control



Fase 2

***Transferencia de
conocimientos***



Capacidad de gestión: La Clave del Éxito de la Gestión

- Definición de Capacidad de Gestión

- Visión clásica

- Destrezas Técnicas

- Destrezas Humanas

- Destrezas Conceptuales

- Visión contemporánea

1. Definir las actividades principales que realizan los gerentes

2. Enumerar las destrezas necesarias para llevar a cabo estas actividades con éxito

Actividades principales que desempeñan los gerentes modernos:

1. Relacionadas con tareas
2. Relacionadas con personas
3. Relacionadas con el cambio

Destrezas Necesarias en los Diferentes Niveles de Gestión

Top
Managers

Middle
Managers

Lower-level
Managers



 Level of Importance



Destrezas Conceptuales

- Usar información para resolver problemas empresariales
- Identificar oportunidades de innovación
- Detectar áreas problemáticas e implementar soluciones
- Seleccionar información crítica de grandes cantidades de datos
- Comprender los usos empresariales de la tecnología
- Comprender el modelo de organización empresarial

Destrezas de Comunicación

- Habilidad de transformar ideas en palabras y acciones
- Credibilidad entre los compañeros y subordinados
- Responder y hacer preguntas
- Destrezas de presentación; formato oral
- Destrezas de presentación; formato escrito y/o gráfico



Destrezas de Efectividad

- Contribuir a los objetivos de misión/departamento corporativos
- Centradas en el cliente
- Multitarea: realizar tareas múltiples simultáneamente
- Destrezas de negociación
- Gestión de proyectos
- Revisar operaciones e implementar mejoras
- Establecer y mantener estándares de rendimiento interna y externamente
- Establecer prioridades de atención y actividad
- Gestión del tiempo

Destrezas Interpersonales

- Destrezas de instrucción y guía
- Destrezas de diversidad: trabajar con personas y culturas diversas
- Conexiones dentro de la organización
- Conexiones fuera de la organización
- Trabajo en equipo; cooperación y compromiso



¿Tienes las Características para Ser Gestor?

- Personalidad e Intereses
 - Orientación Social
 - Interés por trabajar con otros de manera servicial o facilitadora; cómodo tratando con personas.
 - Orientación Empresarial
 - Disfruta trabajando con personas de manera supervisora o persuasiva con el fin de conseguir un objetivo.



¿Tienes las Características para Ser Gestor?

- Competencias
 - Competencia Gestora
 - La motivación y destrezas necesarias para conseguir un puesto de gestor, incluyendo destrezas intelectuales (analíticas), emocionales e interpersonales.
 - Profesionalidad
 - Preocupación o valor dominante que dirige las decisiones profesionales de un individuo y que la persona no se rinda si hay que tomar una decisión.



Definición de Liderazgo

- Líder Versus Gestor

Gestión

Alcance más amplio

Se centra en los asuntos no relacionados con el comportamiento

Liderazgo

Enfatiza los asuntos relacionados con el comportamiento



Liderazgo y Gestión

Gestión

- Tiene un papel activo en el cumplimiento de objetivos
- La disciplina técnica de aplicar y administrar autoridad a otros
- La autoridad se determina por la estructura formal de la organización

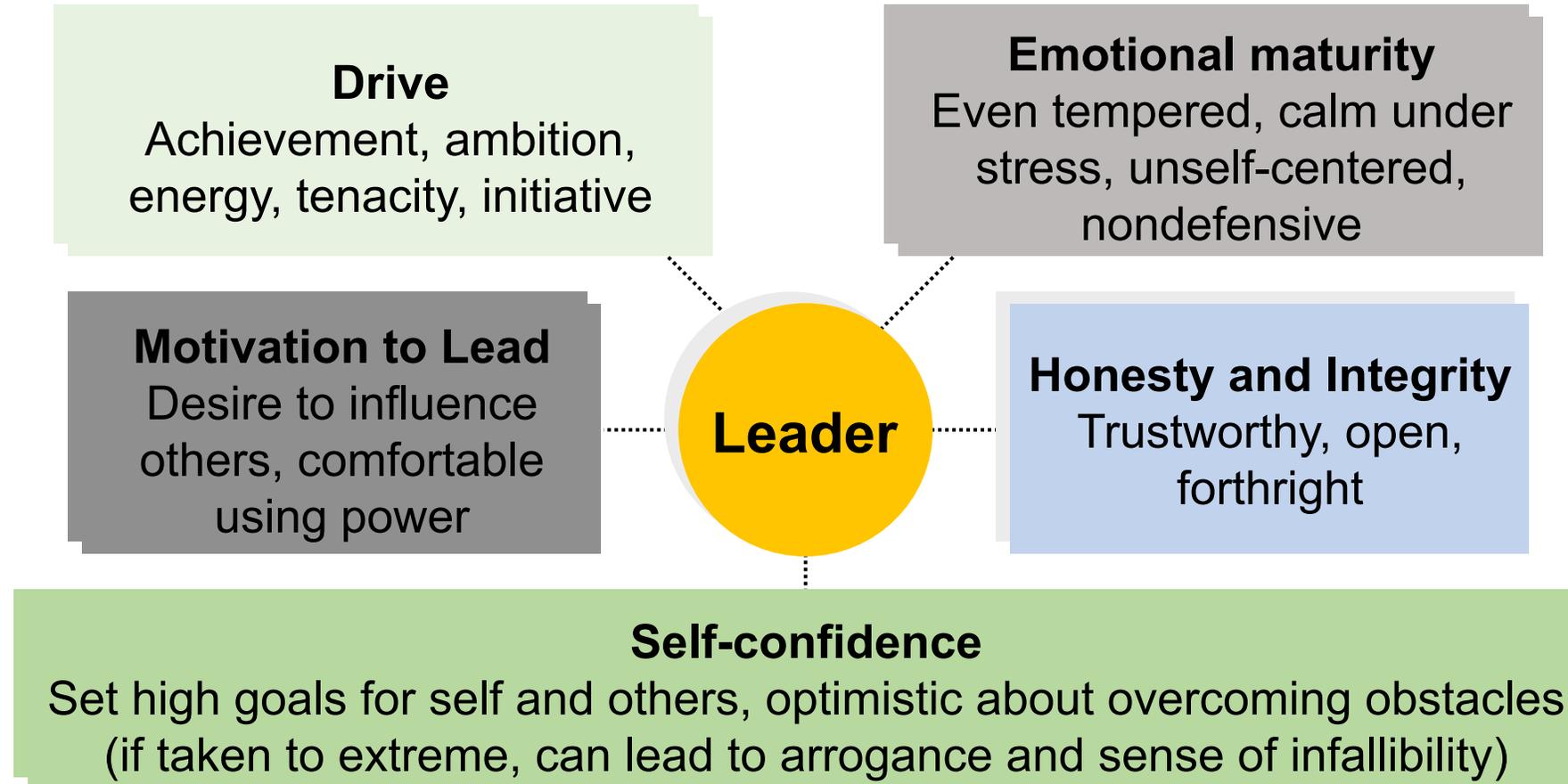
El gestor es el elemento dinámico e inspirador en toda empresa. Sin su liderazgo, los recursos de producción siguen siendo recursos y no se convierten nunca en producción. En una economía sobre todo competitiva, la calidad y rendimiento de los gestores determinan el éxito de la empresa, de hecho, determinan la supervivencia. [Peter Drucker]

Liderazgo y Gestión

Liderazgo

- La cualidad de obtener resultados de otros a través de la influencia personal; requiere la destreza individual adecuada y actitud
- Influcidar a otros a través de la personalidad o la acción
- El enfoque de características
 - ‘Los líderes nacen y no se hacen’
- Destrezas y atributos
 - Se pueden enseñar, provocar ganas de aprender al individuo
- Inteligencia
 - No se puede enseñar, pero apenas se considera como limitación del éxito
- Más investigación
 - No hay una receta única para el éxito

Características de Líder





Comportamientos del Líder:

- Estilos de Liderazgo
 - Supervisión estrecha
 - Un estilo de liderazgo que implique una supervisión estrecha y activa de los subordinados y su trabajo.
 - Líder laissez-faire
 - Un líder que realiza un enfoque discreto en la supervisión de los subordinados.
 - Líder general
 - Un líder que realiza un enfoque intermedio entre la supervisión estrecha y el liderazgo laissez-faire.



Participativo y Autocrático

- Líder Autocrático

- Un líder que resuelve los problemas y toma decisiones por sí mismo, usando la información disponible en el momento.

- Líder Participativo

- Un líder que comparte el problema con los subordinados como un grupo, para que juntos puedan generar y evaluar alternativas para llegar a una solución tomada en consenso.



Liderazgo Transaccional versus Transformacional

- **Comportamientos Transaccionales de Liderazgo**
 - Acciones de liderazgo que se centran en cumplir con las tareas a mano y en mantener buenas relaciones laborales intercambiando promesas de recompensas por el rendimiento.
- **Comportamientos Transformacionales de Liderazgo**
 - Acciones de liderazgo que suponen influenciar cambios importantes en las actitudes y suposiciones de los miembros de la organización y crear compromiso con la misión de la organización, los objetivos y estrategias.



Los Cuatro Principios de la Administración de Taylor

- 1. Desarrollar una ciencia por cada elemento de trabajo de un individuo, que remplazará el antiguo método de regla empírica.**
- 2. Seleccionar científicamente y formar, enseñar y desarrollar al trabajador.**
- 3. Cooperar enérgicamente con los trabajadores para asegurar que todo el trabajo está hecho según los principios de la ciencia que ha sido desarrollada.**
- 4. Dividir casi por igual el trabajo y la responsabilidad entre la administración y los trabajadores. La administración se queda a cargo de todo el trabajo para el cual es más apta que los trabajadores.**



Los 14 Principios de la Administración de Fayol

1. División del trabajo.

2. Autoridad.

3. Disciplina.

4. Unidad de comando.

5. Unity de dirección.

**6. Subordinación del
interés individual al
interés general.**

7. Remuneración.

8. Centralización.

9. Cadena escalonada.

10. Orden.

11. Equidad.

**12. Estabilidad de la
contratación del
personal.**

13. Iniciativa.

14. Espíritu de cuerpo.



Relaciones de Accionistas

- Accionistas

- Cualquier elector en el entorno de la organización que puede verse afectado por las decisiones y acciones de la organización

- ¿Por qué Gestionar las Relaciones de Accionistas?

- Puede llevar a un rendimiento mejorado de la organización.
- Es lo “correcto” dado la interdependencia de la organización y sus accionistas externos.



Gestionar las Relaciones de Accionistas

1. Identificar a los accionistas externos de la organización.
2. Determinar los intereses y preocupaciones particulares de los accionistas externos.
3. Decidir cómo de fundamental es cada accionista externo para la organización.
4. Determinar cómo gestionar cada relación individual de accionistas externos.

Accionistas Organizacionales



Tendencias Actuales y Asuntos a los que prestar Atención

- Globalización
- Nacionalización
- Ética
- Diversidad de Fuerza Laboral
- Espíritu Emprendedor
- Auge E-business
- Economía del Saber
- Cliente Informado
- Organizaciones de Aprendizaje
- Enfoque de Calidad
- Customización/Personalización
- Gestión de Velocidad (factores de Respuesta y Tiempo)



Marketing

- Identifica tus clientes y sus necesidades y deseos.
- Desarrolla y utiliza estrategias para llevar tu product o servicio a los clientes.
- Genera interés comunicando tu ventaja competitive a los clientes.
- Impulsa todas las decisiones empresariales.



Estudio de Mercado

- Puede llevarse a cabo en varios niveles:
 - Industria
 - Sector de mercado
 - Consumidor individual
- Dos tipos principales:
 - **Primario**—estudio llevado a cabo directamente sobre un sujeto o sujetos.
 - **Secundario**—estudio llevado a cabo indirectamente, a través de otros recursos existentes.



Conoce Tu Industria

- ¿Cuál es el tamaño de la industria en unidades y valor financiero?
- ¿Cuál es el rango geográfico de la industria?
- ¿Es una industria “nicho” o de mercado masivo?
- ¿Qué aspecto tiene la rentabilidad de la industria?
- ¿Qué tendencias tienen lugar en la industria?
- ¿Cuál es la estructura de la industria?
- ¿Qué hacen los competidores en la industria?



Toma de decisiones del Cliente

- Conocimiento de una necesidad o deseo.
- Búsqueda de información.
- Evaluación de alternativas.
- Decisión de compra.
- Evaluación de compra.



Creación de la Percepción del Cliente

- Las características crean beneficio.
 - Característica—rasgo de un producto o servicio.
 - Beneficio—lo que la característica puede hacer para satisfacer las necesidades del cliente.
- Cómo se diferencian las necesidades, deseos y demandas.
 - Satisfacer una necesidad es resolver un problema.
 - Deseos— necesidades con preferencias individuales.
 - Demandas—deseos respaldados por un poder de compra.



Elegir un Sector de Mercado

- Un **sector de mercado** es un grupo de consumidores o empresas con una respuesta similar a un tipo particular de producto o servicio.
- Es **complicado dirigirse** simultáneamente a sectores de Mercado muy diferentes.
- Una empresa que **se centra en un sector de mercado** le irá probablemente mejor que a una empresa que intenta vender a todo el mundo.



Métodos de Segmentación de Mercado

- **Geográfico**—divide según localización.
- **Demográfico**—divide según edad, género, ingresos y/o educación.
- **Psicográfico**—divide según diferencias psicológicas (como opiniones o estilos de vida).
- **Conductual**—divide el mercado según comportamientos de compra observados.



Análisis de Oportunidad

- **Análisis de industria**—definición, tamaño y crecimiento/declive de la industria.
- **Análisis medioambiental**—cómo la comunidad, region, ración, mundo se relaciona con la empresa.
- **Prueba de mercado**—indicios de oportunidad desde el punto de vista de dólares y unidades.
- **Sectores de mercado objetivo**—grupos definidos por factores comunes como los demográficos, psicográficos, de edad y geográficos.
- **Análisis competitivo**—comparación del negocio con competidores directos o indirectos



Estrategia de Marketing y Plan

- **Fórmula de Marketing** (las “Cuatro Pes”).
 - Products/Services (Productos/Servicios)
 - Pricing (Fijación de precios)
 - Promotion (Promoción)
 - Place (Lugar)
- **Plan de Marketing**—declaración de los objetivos de marketing y las estrategias para conseguirlos.



Tu Ventaja Competitiva

- Necesitas una estrategia para vencer a la competencia.
 - Sostenible
 - La competencia puede ser directa o indirecta.
- ¿Tendrá éxito mi idea?
 - Lleva a cabo un estudio de mercado y clientes y haz un análisis competitivo.



Factores de Éxito Clave

- **Calidad:** ¿Puedes ofrecer mayor calidad que la de las empresas competidoras?
- **Precio:** ¿Puedes ofrecer un precio menor de manera sostenida que tu competencia?
- **Localización:** ¿Puedes encontrar una localización más conveniente para tus clientes?
- **Selección:** ¿Puedes ofrecer un mayor rango de elecciones?
- **Servicio:** ¿Puedes ofrecer un servicio al cliente mejor y más personalizado?
- **Velocidad:** ¿Puedes entregar tu producto o servicio más rápidamente?

¿Es Tu Ventaja Competitiva lo Suficientemente Fuerte?

- Vende a un mercado:
 - Que sea grande y creciente.
 - Donde la competencia pueda sacar beneficio.
 - Donde la competencia tenga éxito pero no tenga tanto poder como para hacer imposible que entre un nuevo emprendedor.
- Vende un producto o servicio:
 - Que resuelva los problemas que los clientes puedan tener con la competencia.
 - A un precio competitiva que atraiga clientes.
- Asegúrate de:
 - Entender las necesidades de tus clientes.
 - Tener una ventaja competitiva sostenible o múltiples y cambiantes ventajas.
 - Entrega para satisfacer las necesidades de tus clientes al precio adecuado.



Verifica la Competencia

Propuesta **Única de Ventas** (PUV):

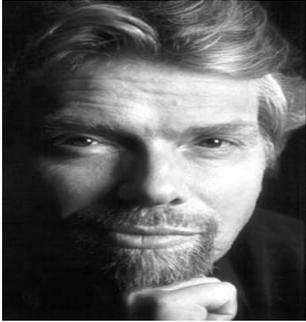
¿Qué características/beneficios aporta tu empresa aparte de su competencia?

- Compara lo que ofrece tu empresa con lo que ofrece la competencia.
- Determina si tienes ventaja o desventaja económica.

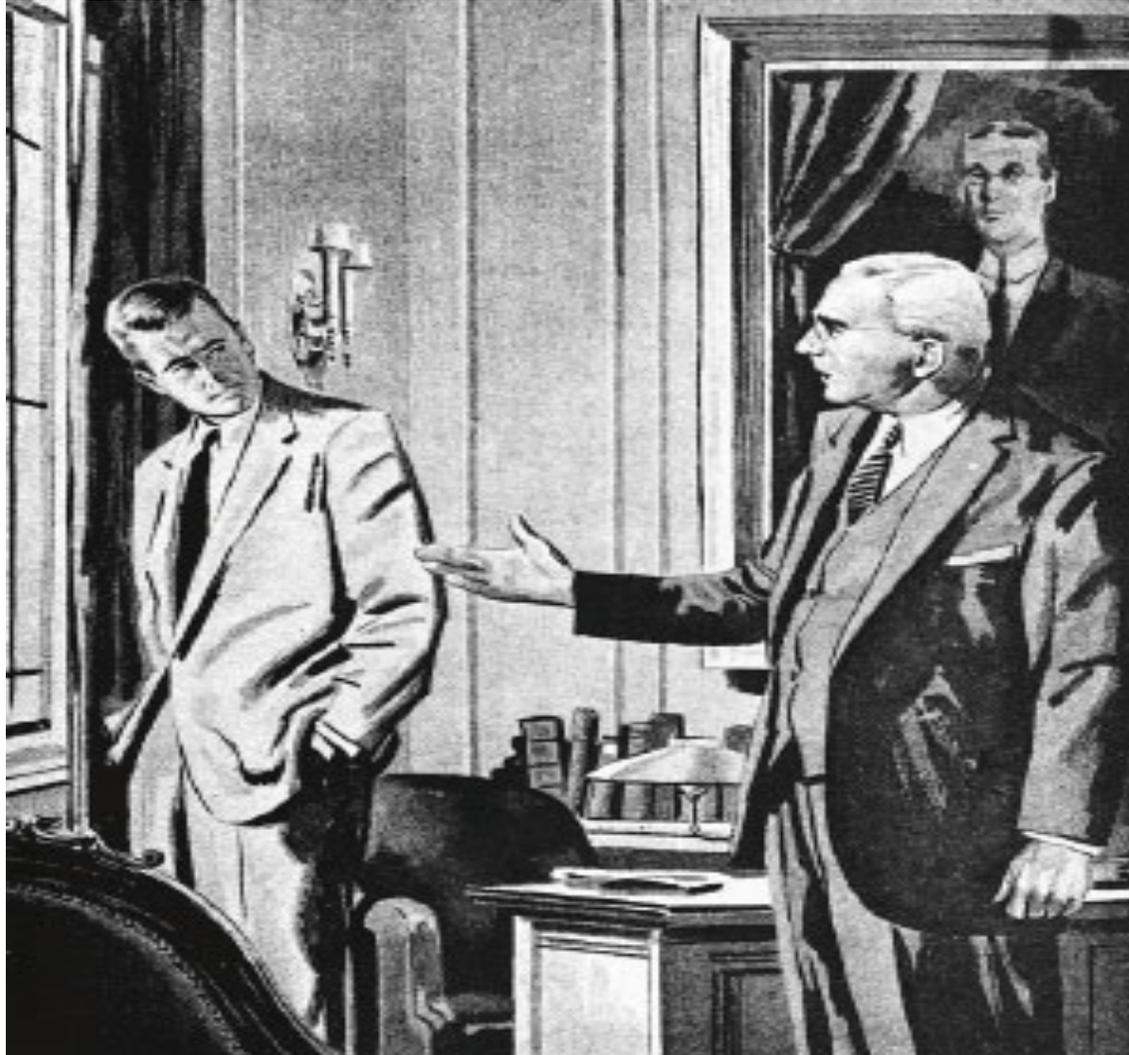


Fase 3
Evaluación de
Conocimientos

Ejercicio 1: ¿Quién es qué?



Ejercicio 2 ¿Qué Ocorre Aquí?



Source: David A. Kolb, Irwin M. Rubin, and James M. McIntyre, *Organizational Psychology: An Experiential Approach* (Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1971), p. 55.



Ejercicio 3: ¿Tienes Sentido Empresarial?

- ¿Eres emprendedor?
- ¿Cómo te llevas con las distintas personalidades?
- ¿Cómo de bueno eres tomando decisiones?
- ¿Tienes la resistencia física y emocional necesaria para dirigir una empresa?
- ¿Cómo de bien se te da planificar y organizar?
- ¿Es tu impulse lo suficientemente fuerte para mantener tu motivación?
- ¿Cómo afectará la empresa a tu familia/vida?



Ejercicio 4: El Proceso Emprendedor

Crea y Presenta tu propio Proceso Emprendedor.



Recursos Adicionales

- **Retos a los que las Mujeres Emprendedoras se Enfrentan**
 - <https://www.businessnewsdaily.com/5268-women-entrepreneur-challenges.html>
- **Emprendimiento Femenino**
 - https://www.dol.gov/wb/media/Tconf_GrWomen_factsheet.pdf



**Gracias por tomaros el tiempo de
completar este módulo.**

Para más información

*Visitad nuestra web
Green-entrepreneurship.online*