



PREPA MÉXICO

Administración

Modulo 1. La Empresa

1.1 - SISTEMAS ECONÓMICOS Y POLÍTICOS: ESCLAVISMO, FEUDALISMO, CAPITALISMO, SOCIALISMO

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

Toda Empresa funciona como Sistema por su organización

Tipos de Empresa:

- ***Micro Empresa (Hasta 10 Personas)***
- ***PYMES (Hasta 50 Personas)***
- ***Grandes (Hasta 100 Personas) Franquicias (Internacionales)***

APRENDEREMOS QUE PARA TODA APERTURA ES NECESARIO UN ANÁLISIS Y UN PRESUPUESTO.

La globalización es un proceso histórico de integración mundial en los ámbitos económico, político, tecnológico, social y cultural, que ha convertido al mundo en un lugar cada vez más interconectado.

El marketing es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados meta a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en práctica; razón por la cual, nadie duda de que el marketing es indispensable para lograr el éxito en los mercados actuales.

1.2 - ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Objetivos:

- Corto
- Mediano
- Largo plazo

Corto plazo



Suele ser de un año debido a que coincide con el período fiscal en el cual las empresas deben presentar sus declaraciones de impuestos e informes a sus accionistas.

Mediano plazo



Oscila entre tres y siete años, dependiendo de las características de la empresa y su entorno, aunque es muy frecuente que el mediano plazo se estime en cinco años.

Largo plazo



Oscila entre diez y 20 años, aunque debe considerarse el entorno en que se desenvuelve la empresa u organización, ya que esto puede modificar o influir en la planeación establecida.

¿QUÉ ES LA FILOSOFÍA DE LA EMPRESA?



- La filosofía empresarial identifica la “forma de ser” de una empresa y se habla que la cultura de la compañía tiene que ver con sus principios y valores, todo ellos, es tanto como concluir que es “la visión compartida de una organización.
- Es necesario que la empresa determine claramente lo que es y lo que quiere llegar a ser, ya que conforme pasa el tiempo se enfrentan al reto de sobrevivir en este entorno ya tan digitalizado.

MISIÓN

POR QUÉ

- ¿QUÉ HACEMOS?
- ¿CÚAL ES NUESTRO NEGOCIO?
- ¿QUIÉN ES NUESTRO PÚBLICO OBJETIVO?
- ¿CÚAL ES NUESTRA VENTAJA COMPETITIVA?
- ¿QUÉ NOS DIFERENCIA DE LA COMPETENCIA?



VISIÓN

QUÉ

- ¿QUÉ QUIERO LOGRAR?
- ¿DÓNDE QUIERO ESTAR EN EL FUTURO?
- ¿CÚAL ES MI ZONA DE ACTUACIÓN?

@xelo_r



VALORES

CÓMO

- ¿CUÁLES SON MIS PRINCIPIOS ÉTICOS?
- ¿CUÁLES SON MIS CRITERIOS DE GESTIÓN?
- ¿QUÉ CULTURA CORPORATIVA QUIERO?



EJEMPLO:

Misión

Somos una empresa comprometida con la Salud, el Medio Ambiente y la Sociedad. La farmacia es nuestra vocación y razón de ser. Satisfacemos sus necesidades ofreciendo un servicio exclusivo e innovador, compartiendo los mismos retos y oportunidades.

Visión

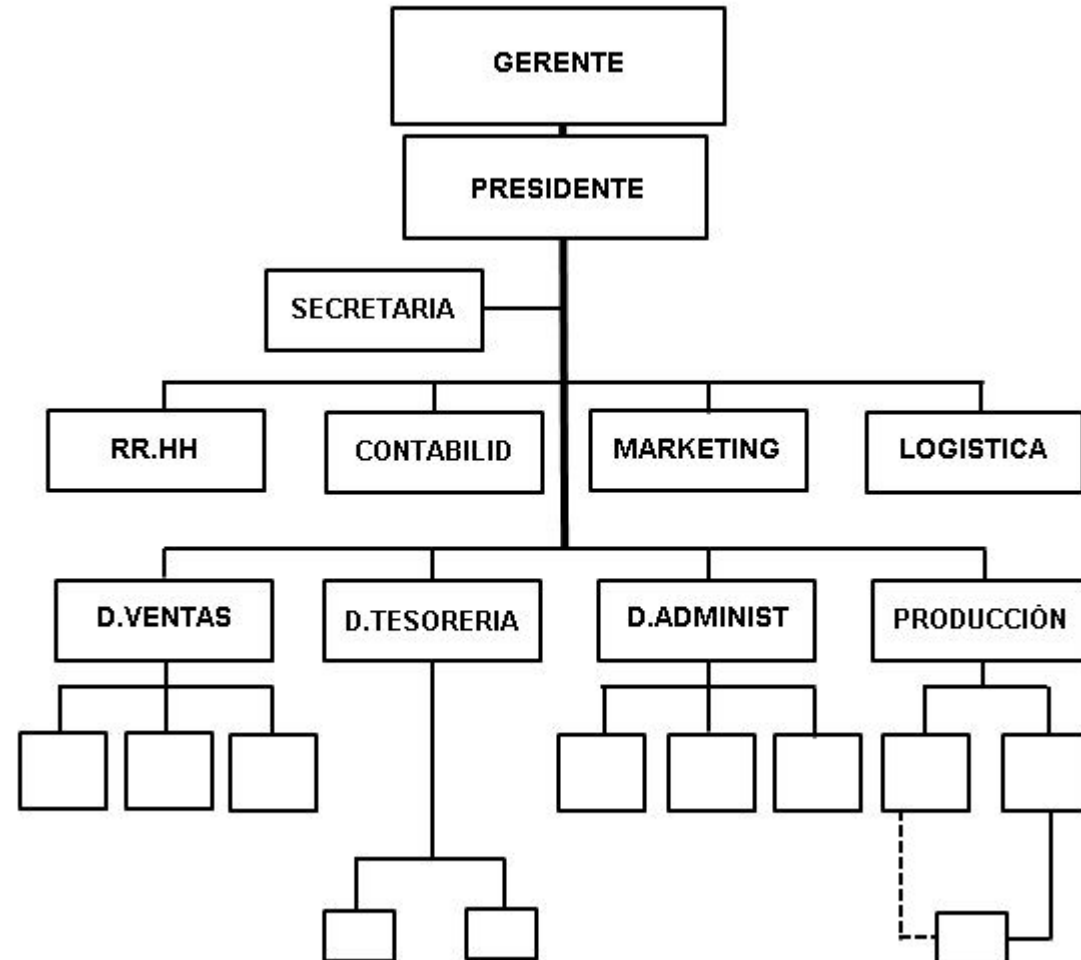
Ser una empresa líder, manteniendo nuestro compromiso con la Salud, la transparencia y la sostenibilidad. Formada por un equipo alineado y orientado al socio, que genera servicios diversificados e innovadores, proporcionando las mejores soluciones a los nuevos retos a los que se enfrenta la farmacia.

Valores

Los valores se respiran, se sienten, se viven. Promueven lo que somos y queremos ser, influyen en cómo actuamos y cómo decidimos, orientan hacia un horizonte compartido, y forjan relaciones deseadas. Los valores promueven ser una empresa socialmente sana, humanamente respetuosa y económicamente rentable.

ORGANIGRAMA

Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.



MARCO NORMATIVO

Conjunto general de normas, criterios, metodologías, lineamientos y sistemas, que establecen la forma en que deben desarrollarse las acciones para alcanzar los objetivos propuestos en el proceso de programación-Presupuestación.

CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS

