

ADMINISTRACION DE EMPRESAS, 6TO E Y F

Profesora: Rocio Dal Molin

Correo: dalmolinrociio@gmail.com

Teléfono: 379 4681841

BLOQUE 2: ADMINISTRACION DE EMPRESAS.-

En la medida que se desarrolló la civilización, el ser humano tuvo que agruparse para poder lograr sus objetivos y satisfacer sus necesidades, por lo que se vio obligado a crear sistemas de registro para controlar y administrar su producción e intercambios de productos en el comercio. Podemos decir que estos sistemas son indispensables para garantizar la eficacia de los esfuerzos de los individuos.

Poco a poco evolucionaron los sistemas administrativos y mejoró la productividad, lo cual determinó la capacidad de una sociedad para dominar a otra mediante su producción.

Definición de ADMINISTRACIÓN:

“Ciencia SOCIAL que estudia principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a grupos humanos permite establecer sistemas de esfuerzo cooperativo, a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes (objetivos y metas) que no se pueden lograr individualmente en las organizaciones.”

Su objeto de estudio son las ORGANIZACIONES: su funcionamiento, su crecimiento y su supervivencia.

Si las organizaciones son creadas por el hombre para satisfacer sus necesidades, la administración tiene la misión de cuidar su supervivencia, entender las nuevas exigencias del entorno, analizarlas y utilizar habilidades para adaptarse.

La administración de empresas:

La Administración de las empresas busca lograr su mejor desempeño mediante la productividad y la competitividad que producen rentabilidad para la organización.

(En otras palabras, producir la mayor cantidad de bienes o servicios al menor costo posible y así generar mayores ganancias)

CIENCIA: conjunto sistematizado y organizado de conocimientos. En ella se aplica el método científico (hipótesis, experiencias, análisis)

PRINCIPIOS: reglas o leyes que, al ser aplicadas por los responsables de las organizaciones, permiten lograr mejores resultados en la gestión de entidades de todo tipo.

TÉCNICAS: conjunto de métodos o procedimientos y habilidad para utilizarlos.

PRÁCTICAS: acciones aplicadas a la organización que producen efectos o resultados positivos.

PRODUCTIVIDAD: relación que existe entre los productos obtenidos y los insumos utilizados en un período de tiempo definido sin alterar la calidad.

EFICACIA: capacidad que tienen las organizaciones de poder alcanzar sus objetivos o metas

EFICIENCIA: para el logro de los objetivos o metas, deberá utilizarse la menor cantidad posible de recursos, manteniendo un alto nivel de calidad y cantidad de bienes o servicios.

COMPETITIVIDAD: capacidad para desarrollar ventajas respecto a sus competidores, obteniendo así una posición destacada respecto a ellos.

Funciones de la ADMINISTRACION:

Henri Fayol Identificó 5 funciones:

Planificación: Definir objetivos, establecer estrategias y desarrollar planes para llevar a cabo las actividades indicando el rumbo a seguir, teniendo en cuenta contingencias que pudieran surgir a futuro;

Organización: ordenar los recursos materiales y humanos de manera eficiente para llevar a cabo las actividades planificadas, esto implica capacitar y/o contratar a las personas adecuadas para el trabajo así como proporcionar todos los elementos necesarios para el desarrollo de dichas actividades.;

Coordinación: lograr que todas y cada una de las actividades de los diferentes departamentos, se complementen y enriquezcan el trabajo de los otros;

Dirección: supervisar a sus subordinados en su trabajo, comunicarles las políticas y los objetivos de la empresa e inspirarlos a alcanzar las metas;

Control: controlar que las actividades de la compañía están en línea con las políticas y objetivos de la empresa, reportar las desviaciones de los planes y objetivos, y coordinar las tareas para corregir posibles desviaciones.

ROL DEL ADMINISTRADOR: INTERPERSONALES, INFORMATIVOS Y DECISORIOS.

Según Mintzberg la actividad del administrador se encuentra entre la reflexión (piensa, evalúa, analiza) y la acción (participa, asigna, decide), relacionándose con los demás, al interior y hacia afuera de la organización, la unidad de negocio, el área o el departamento, según su nivel.

Dichos roles se integran en 3 categorías:

- **Roles interpersonales:** Son roles del administrador que surgen directamente de la autoridad formal e involucran relaciones interpersonales básicas: ser referente en situaciones ceremoniales, ser responsable por el trabajo/ contratación/ capacitación de su personal así como de motivarlos, y también de lograr contactos beneficiosos fuera de su área.
- **Roles informativos.** Procesar información: Debe analizar el entorno para obtener información, en su red de contactos personales. También distribuye información privilegiada directamente a los subordinados. Además envía información al exterior de la organización como ejemplo en un discurso.
- **Roles decisorios.** La toma de decisiones es específica a la labor del administrador: puede ser respecto a la producción, a la resolución de problemas, asignando recursos y hasta negociando con personas externas a la empresa.

LIDERAZGO, COMUNICACIÓN Y MOTIVACIÓN.

En la permanente búsqueda de la eficiencia en las labores de los obreros y empleados, las escuelas clásicas focalizaron sus aportes en las tareas y las estructuras de las organizaciones. Al ser humano se le decía qué hacer y lo hacía, de manera sistemática, como si fuera una máquina. A partir de 1920 (finalizaba la primera guerra mundial), y con los aportes de otras ciencias sociales, como la antropología, la sociología y la psicología, se realizaron numerosas investigaciones para conocer otros aspectos no considerados hasta ese momento por la administración, como son las actitudes, las motivaciones, los trabajos en grupos, el liderazgo, la interacción social, entre otros. Hasta ese momento, existían los que pensaban (administradores) y los que hacían (obreros) pero los dueños de las empresas empezaron a darse cuenta de que las personas podían hacer más aportes si se lograba que se identificasen con los objetivos de la compañía, si se establecían maneras de comunicarse mejor, si se interpretaba el liderazgo; en

última instancia, se trataba de comprender el comportamiento de las personas.

Se comenzaron a elaborar legislaciones respecto a los derechos de los trabajadores: tratos directos entre la empresa y el trabajador (de libre asociación), sindicatos, derecho de huelga, indemnización por accidentes de trabajo, entre otras.

Al trabajador le era muy difícil hacer valer sus derechos laborales teniendo enfrente a la todopoderosa empresa por lo que la mayoría de los obreros tenía una actitud de no colaboración con las empresas en las que trabajaban.

Todo esto marcó el comienzo de un nuevo enfoque en la articulación entre el ser humano y la organización. La necesidad de contar con información adicional a la que ya se tenía motivó la realización de numerosos estudios e investigaciones que, en su totalidad, generaron la corriente de las relaciones humanas caracterizada por planteos opuestos a los de las escuelas clásicas y por proponer cambios en las funciones de los tradicionales departamentos de personal.

Los hallazgos más importantes derivados de las investigaciones realizadas por la escuela sociológica están vinculados a los temas de liderazgo, comunicación y motivación.

EL LIDERAZGO

El liderazgo es la **influencia ejercida a través de la comunicación para el logro de objetivos**, apoyándose en la idea de que el ser humano, por su naturaleza, no obedece órdenes ciegamente y por el solo hecho de que existe un marco compulsivo. Tiene libertad de elección, de iniciativa y de opinión. Rensis Likert, otro importante exponente de la escuela sociológica, realizó en 1967 un interesante estudio en una empresa experimentando con dos tipos de liderazgo: autocrático y participativo. El AUTOCRÁTICO es de índole autoritario, formal, con fuerte énfasis en las jerarquías; mientras que el PARTICIPATIVO mantiene una conducta homogénea en el desempeño en el trabajo, estuviese o no el jefe al frente de la tarea, con respaldo de los subordinados a sus jefes, con idea de pertenencia a un grupo y sin incurrir en amenazas ni intimidaciones.

Las principales conclusiones fueron que la productividad aumentó más en los casos de utilización de liderazgo participativo. Se verificaron incrementos del sentido de la responsabilidad y en la satisfacción de los operarios. Por otro lado, se observó un aumento de la rotación de personal en los departamentos con liderazgo autocrático.

Se concluyó que los sistemas de supervisión con delegación de autoridad y centrados en el control por resultados motivaban más a los empleados y se obtenía más productividad que en los sistemas sin delegación de autoridad y con estrecho control de actividades. El estilo de liderazgo que se propuso fue uno que tuviera en cuenta la naturaleza humana y motivase a la iniciativa y a las distintas formas de expresión individual.

LA MOTIVACIÓN

Se considera que la motivación es el estímulo que provoca la acción hacia el logro de un objetivo. La escuela de administración científica consideraba que la motivación humana hacia el trabajo pasaba por los incentivos salariales (hombre económico). Por su parte, la escuela sociológica entendía que la motivación se originaba en otros aspectos de la realidad humana que tenían muy poco que ver con lo económico. Se realizó una investigación en empresas de una pacífica ciudad de los Estados Unidos que, de la noche a la mañana, se vio envuelta en huelgas y convulsiones sociales, pese a que los trabajadores tenían buenos salarios.

Se concluyó que el motivo principal de semejantes cambios había sido que varios financistas de otras zonas habían comprado empresas industriales de la ciudad desvirtuando la tradición cultural de existencia de un dueño de la empresa y su diaria interacción con los trabajadores. Por lo visto, a los trabajadores no les alcanzaba tener un buen sueldo, sino que pretendían el trato cara a cara

con el empleador y no una relación distante a través de intermediarios.

El gran objetivo de la escuela sociológica es la armonía absoluta en las organizaciones, lo mismo que proponían las escuelas clásicas, pero desde otro ángulo, utilizando la psicología en un esfuerzo planeado y deliberado.



Motivación extrínseca vs motivación intrínseca: se basa en la ubicación de aquello que motiva

- Motivación EXTRÍNSECA: hace referencia a que los estímulos motivacionales vienen de fuera del individuo y del exterior de la actividad como el dinero o el reconocimiento por parte de los demás, recompensa

-Motivación INTRÍNSECA: hace referencia a la motivación que viene del interior del individuo más que de cualquier recompensa externa. Se asocia a los deseos de autorrealización y crecimiento personal, y está relacionada con el placer que siente la persona al realizar una actividad.

La motivación intrínseca es el tipo de motivación más vinculado a una buena productividad, ya que allí donde se da el individuo no se limita a cumplir los mínimos necesarios para obtener la recompensa, sino que se involucra personalmente en lo que hace y decide poner en ello gran parte de su empeño.

Motivación positiva vs motivación negativa: se fundamenta en la carga emocional asociada a la motivación.

-Motivación POSITIVA: proceso por el cual un individuo inicia o mantiene adherido una conducta gracias a la obtención de una recompensa positiva, gratificante.

- Motivación NEGATIVA: proceso por el cual una persona inicia o se mantiene adherida a una conducta para evitar una consecuencia desagradable, tanto externa (castigo, humillación, etc.) o interna (evitar la sensación de frustración o fracaso).

Orientación motivacional centrada en el ego vs orientación motivacional centrada en la tarea: En relación al modo en el que la motivación interactúa con la autoestima y el autoconcepto, podemos distinguir entre:

-Orientación motivacional CENTRADA EN EL EGO: la motivación depende de retos y resultados en comparación con otros.

-Orientación motivacional CENTRADA EN LA TAREA: depende de retos y resultados personales, e impresiones subjetivas de dominio y progreso. Es decir, que lo que motiva es superarse a uno mismo, mejorar las marcas personales.

LA COMUNICACIÓN

La comunicación es la transmisión de información desde un emisor hacia un receptor. Puede ser oral, escrita, por gestos o silencios. Es de una vía cuando una de las partes emite y la otra sólo recibe. Es de dos vías cuando las dos partes emiten y reciben, cada una a su tiempo.

Las investigaciones realizadas revelaron que las dificultades humanas en las organizaciones provenían de la pobre comunicación en el momento de transmitirse las órdenes y, por ende, su escasa comprensión por parte de los subordinados. La necesidad de mejorar las comunicaciones frecuentes y de doble vía (jefe a subordinado y viceversa) en las grandes organizaciones demandó la existencia de complejos circuitos y dispositivos, tales como buzones de sugerencias, reuniones con participación de distintos niveles y encuestas.



Información y comunicación: medios de comunicación empresarial

Sean grandes multinacionales, pymes, negocios familiares o incluso servicios individuales, podemos afirmar que todas las empresas deben tener en cuenta que la **comunicación empresarial** (interna o externa) es un elemento esencial para su supervivencia, para funcionar correctamente y para el logro de los objetivos.

Es importante tener en cuenta que dicha comunicación no implica solo la capacidad de emitir la información, sino también de recibirla: **estamos ante un intercambio mutuo de datos.**

A nivel interior: Una buena **comunicación empresarial** favorece que todos los miembros de la empresa puedan permanecer **motivados** y que sus acciones puedan ser conocidas, **reduciendo la incertidumbre** tanto de trabajadores como de dirigentes con respecto al estado de la misma. También facilita la **interacción** y mejora el **clima laboral**, además de **mejorar la productividad** y permitir reaccionar de la mejor forma ante cualquier error; nos permite transmitir **claridad en los objetivos**, así como lo que se espera de cada uno de los trabajadores.

A nivel exterior: la **comunicación empresarial** es imprescindible de cara a contactar con el medio y generar una **imagen positiva de la empresa**, así como de cara a **analizar al público** objetivo y valorar sus necesidades. También permite aprender a **atraer a posibles clientes** y valorar los cambios propios de la sociedad, algo fundamental de cara a prever y afrontar posibles dificultades y poder adaptarse al medio.

Podemos encontrar con la existencia de dos diferentes tipos de vías de comunicación: **LA FORMAL Y LA INFORMAL**. En la formal es en la que suelen tratarse los aspectos técnicos y vinculados con las tareas en sí, siendo un tipo de comunicación respetuosa y centrada en la razón y en el objetivo de la empresa que surge de los canales oficiales. En la comunicación informal, sin embargo, suelen establecerse comunicaciones más flexibles y naturales, centradas fundamentalmente en las relaciones interpersonales y siendo a menudo la que mayor efecto tiene en el bienestar laboral. Esta última puede trascender el ámbito laboral, siendo difícilmente controlable por la organización.

La información es **descendente** cuando se lleva a cabo desde un emisor con un cargo mayor que el del receptor. Cuando es el subordinado el que emite el mensaje hacia su superior, hablaríamos de comunicación **ascendente**. En ambos casos estaríamos ante un tipo de comunicación **vertical**, es decir, que existe diferente jerarquía entre ellos.

El otro gran tipo de comunicación es la comunicación **horizontal**, que se establece entre individuos que se encuentran en el mismo nivel de la jerarquía.

Medios de comunicación empresarial:

Para que la **comunicación** sea **eficiente**, es necesario que la propia empresa cree

CANALES: medios para poder comunicarse, por los que se transmite la información:

- * Los canales **escritos** (como las encuestas, los manuales o los comunicados internos).
- * Los canales **orales** (como las reuniones, las llamadas telefónicas o las conversaciones personales).



- * Los canales **tecnológicos o digitales** (como el chat, las redes sociales, o los correoselectrónicos, videoconferencias, blog empresarial, intranet o software interno).

Los canales **escritos** y **orales** son los más tradicionales; pero los canales digitales nos han abierto el panorama de posibilidades haciéndolo más efectivo y funcional.