

Organización de Empresas

Semana 4

EL PROCESO ADMINISTRATIVO DE CONTROL

Es la evaluación y medición del logro de los objetivos y ejecución de los planes con el fin de detectar desviaciones para establecer las medidas correctivas necesarias y mantener el desempeño de los estándares previstos.

EL PROCESO ADMINISTRATIVO DE CONTROL

- ◆ El control sirve para garantizar que los recursos humanos y otros recursos corporativos se utilicen de la forma más eficiente y eficaz posible para alcanzar los objetivos corporativos.

EL PROCESO ADMINISTRATIVO DE CONTROL

- ◆ Planeación y control son funciones virtualmente inseparables.

IMPORTANCIA DEL CONTROL

- 1.- Su valor fundamental se basa y depende de su relación y dependencia con la planeación.

IMPORTANCIA DEL CONTROL

- 2.- Establecer medidas, para corregir las actividades de tal forma que se cumplan los planes y objetivos exitosamente.

IMPORTANCIA DEL CONTROL

3.- Se aplica a todo: cosas, personas, procesos, áreas funcionales, etc.

IMPORTANCIA DEL CONTROL

4.- Determina y analiza rápidamente las causas que puedan originar desviaciones para que no se repitan.

IMPORTANCIA DEL CONTROL

- 5.- Localiza los sectores responsables de la administración desde el momento en que se establecen las medidas correctivas.

IMPORTANCIA DEL CONTROL

- 6.- Proporciona información acerca de la situación de la ejecución de los planes.

IMPORTANCIA DEL CONTROL

7.-Reduce costos y ahorra tiempo al evitar errores.

IMPORTANCIA DEL CONTROL

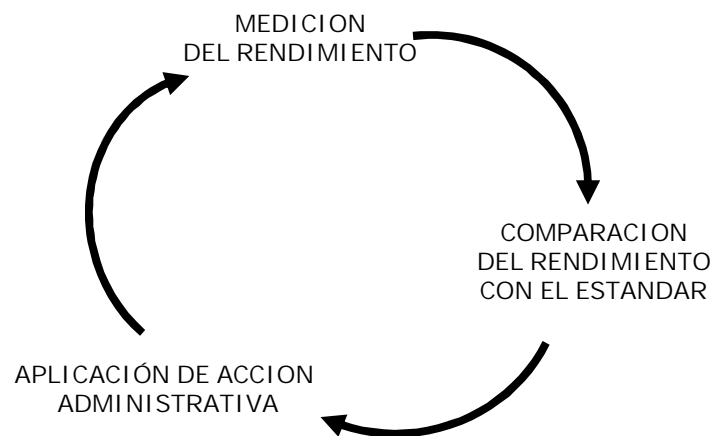
8.- Su aplicación contribuye a una mejor organización y consecuentemente con el logro de la productividad de todos los recursos de la empresa.

PROCESO DE CONTROL

Etapas:

- 1.- Establecer estándares.
- 2.- Medir el rendimiento
- 3.- Comparar el rendimiento calculado con los estándares.
- 4.- Establecer medidas correctivas.
- 5.- Retroalimentación.

PROCESO DE CONTROL



TIPOS DE CONTROLES

- 1.-Controles anteriores a la acción o control previos (proactivo).
- 2.-Control Simultáneo, directivo o concurrente.
Control de si/no avanzar/no avanzar (operativo)
- 3.-Controles posteriores a la acción o retroalimentación (reactivo).

Ética en las organizaciones

- La ética es el conjunto de principios morales que modelan el comportamiento de las personas y que se relacionan con lo que es correcto o incorrecto.
- Los valores éticos definen normas en lo referente a lo que es malo y lo que es bueno y su relación con la conducta y la toma de decisiones.

Ética

- Honradez
- Confianza
- Trato justo
- Moralidad

Dilemas Éticos

- Las personas que toman la decisión tienen varias alternativas y deben elegir alguna.
- Los resultados que se obtienen de la toma de una decisión pueden ser positivos y negativos a la vez.
- Las consecuencias de tomar una decisión son de naturaleza incierta.
- Las decisiones que se toman afectan a las personas y tiene amplia repercusión.

Intensidad de una cuestión ética

- Magnitud del daño o beneficio
- Concentración del efecto
- Consenso de que es malo o bueno
- Probabilidad de ocasionar daño o beneficio
- Inmediatez de las consecuencias
- Proximidad de la víctima o del beneficiario

Algunos problemas éticos

- Conflictos de intereses
- Uso de información reservada
- Abusos en gastos de representación
- Cierres de planta y despidos injustificados
- Uso incorrecto de activos de la empresa
- Contaminación ambiental
- Métodos de captación de información de los competidores
- Abuso de alcohol y drogas
- Hurtos
- Métodos deficientes de control de calidad

Responsabilidad Social

- Se entiende por responsabilidad social a las prácticas de una empresa respecto a terceros, tales como clientes, competidores, gobierno, empleados, proveedores y acreedores.

Responsabilidad social

- La responsabilidad social de la empresa le obliga a utilizar sus recursos y emprender actividades dirigidas a incrementar beneficios, siempre que se atenga a las reglas, en competencia libre y abierta, sin engaños ni fraudes.

Código de ética

- Las organizaciones utilizan códigos o pautas éticas de responsabilidad social para ayudar a los empleados a tomar decisiones que implican dilemas éticos
- Un código de ética es una declaración escrita de las creencias, valores y normas de conducta esperadas de una empresa.

La sexta parte de una organización: **LA CULTURA ORGANIZACIONAL**

La cultura organizacional consiste en una serie de valores, ideas, normas y pautas de comportamiento que comparten los miembros de una organización.

CULTURA ORGANIZACIONAL

- ◆ Establece límites, es decir, diferencia a la organización de otras.
- ◆ Genera un sentido de identidad en la organización.
- ◆ Mantiene unida a la organización.
- ◆ Es un mecanismo de control como modelo de las actitudes y el comportamiento de sus miembros.

CULTURA ORGANIZACIONAL

La cultura de una organización, como la de cualquier actividad humana, se presenta en dos niveles:

- ◆ Características observables
- ◆ Características no observables.

CULTURA ORGANIZACIONAL

Los elementos observables son:

- ◆ Los ritos y las ceremonias
- ◆ Los símbolos y lemas
- ◆ Las historias
- ◆ El lenguaje
- ◆ Manifestaciones físicas

CULTURA ORGANIZACIONAL

Los elementos no observables son:

- ◆ Valores
- ◆ Creencias
- ◆ Suposiciones compartidas por los miembros

LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

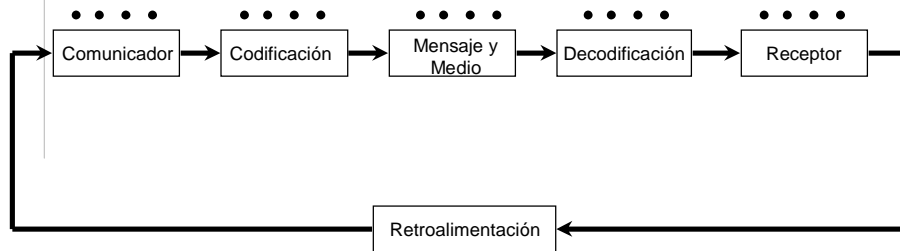
Las comunicaciones en la organización tiene como principal objetivo que todos sus miembros tengan la información y los conocimientos necesarios para tomar decisiones o realizar su trabajo.

EL PROCESO DE COMUNICACIÓN

Se puede resumir de manera sencilla así:
Quién... dice qué... de qué manera... a quién...
con qué fin?.

La comunicación es el resultado de un entendimiento mutuo entre el comunicador y el receptor.

Un modelo actual de comunicación



..... = Ruido

El comunicador.

Dentro del marco de la organización, el comunicador es un empleado con ideas, intenciones, información y un propósito para comunicarse.

La codificación.

El proceso de codificación permite traducir las ideas del comunicador a un conjunto sistemático de símbolos: un lenguaje que exprese el propósito del comunicador. La principal forma de codificación es el lenguaje.

El mensaje.

El mensaje es el resultado del proceso de codificación;

El propósito del comunicador se expresa en forma de mensaje, ya sea verbal o no verbal

El medio.

El medio es el portador del mensaje, la vía por la cual se envía el mensaje.

La decodificación del receptor

El mensaje tiene que decodificarse para que sea relevante para el receptor.

La decodificación, implica una interpretación; los receptores interpretan (decodifican) el mensaje a la luz de sus propias experiencias previas y marcos de referencia.

La retroalimentación

El circuito de retroalimentación proporciona un canal para la respuesta del receptor que permite que el comunicador determine si se ha recibido el mensaje y si ha producido la respuesta deseada.

El ruido

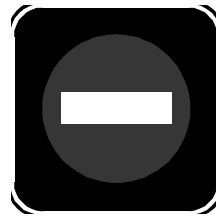
Dentro del marco de la comunicación humana, el ruido se puede entender como todos los factores que distorsionen el mensaje que se pretende transmitir.

Barreras para una buena comunicación

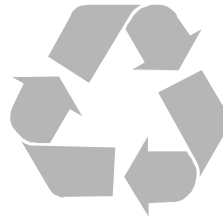
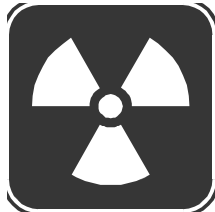
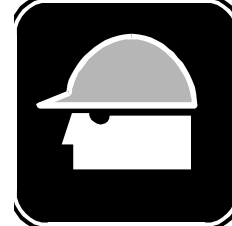
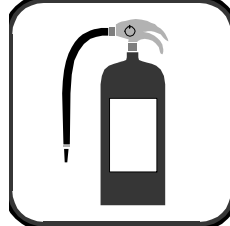
- Sobrecarga de información
- Mensajes mal explicados
- Diferencias regionales en el lenguaje
- Temor y desconfianza al comunicarse
- Emociones y prejuicios
- Marco de referencia
- Credibilidad de la fuente
- Diferencia jerárquica

LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

La principal forma de codificación es el lenguaje, pero existen otros códigos como los gestos, los signos, las figuras, etc.



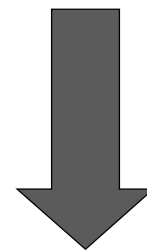
ARREGLOS VISUALES



La comunicación descendente

Fluye de los individuos de los niveles más altos de la jerarquía hacia aquellos de los niveles inferiores.

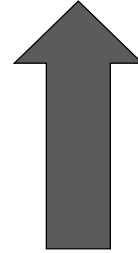
Las formas más comunes de comunicación descendente son las instrucciones de trabajo, los memorandos oficiales, las declaraciones de políticas, los procedimientos, los manuales y las publicaciones de la empresa.



La comunicación ascendente

Consiste en propiciar los mensajes abiertos y veraces de los empleados hacia la gerencia. Es una tarea especialmente difícil, sobre todo en las organizaciones más grandes.

Algunos de los mecanismos más comunes de comunicación ascendente son los buzones de sugerencias, las reuniones de grupos y los procedimientos de apelación o de reclamación;



La comunicación horizontal

En una empresa, cuando el director del departamento de contabilidad se comunica con el director del departamento de mercadotecnia sobre algún tema de interés común, el flujo de comunicación es horizontal.



La comunicación transversal

Aunque probablemente sea el canal de comunicación menos aprovechado dentro de las organizaciones, es importante en situaciones en situaciones en las que los miembros no se puedan comunicar eficazmente mediante los otros canales.

