

Elaboración de videos empresariales como apoyo académico.
Caso: Área administrativas y contables de la UNAM.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA



ELABORACIÓN DE VIDEOS EMPRESARIALES
COMO APOYO ACADEMICO.
CASO: AREAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
DE LA UNAM

ANTONIO VALENTÍN CASTRO MARTINEZ.

MAESTRÍA EN SISTEMAS

DIRECTOR DE TESIS

MTRO. PEDRO SOLARES SOTO.

REVISORES:

MTRO. JOTGE RIVERO ALBARRAN.

DR. HECTOR MANUEL FRAGOSO TREJO.

DR. CARLOS VILLEGAS QUEZADA.

DR. ALFONSO MIGUEL REYES

MAYO DEL 2005

INDICE

INTRODUCCIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA RESOLVER	
1.CAPITULO 1. MARCO TEÓRICO.	2
1.1 CONCEPTOS BÁSICOS DE LA TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS Y DE INGENIERÍA.	2
1.1.1 ORÍGENES DE LA TEORÍA DE SISTEMAS.	2
1.1.2 CONCEPTOS DE SISTEMAS.	3
1.1.2.1 DEFINICIÓN DE SISTEMAS.	3
1.1.2.2 CARACTERÍSTICAS DE LOS SISTEMAS.	4
1.1.2 TIPOS DE SISTEMAS.	8
1.1.4. ENFOQUES DE LOS SISTEMAS	11
1.1.5 LA ORGANIZACIÓN COMO SISTEMA	12
1.1.5.1. SUBSISTEMAS QUE FORMAN LA EMPRESA:	13
1.1.5.2. EL MODELO DE ORGANIZACIÓN BAJO ENFOQUE CIBERNÉTICO	13
1.2 LA FUNCIÓN EMPRESARIAL Y SU VINCULACIÓN CON LA EDUCACIÓN.	16
1.2.1 INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN.	17
1.2.2 ASESORÍA Y CONSULTORÍA.	18
1.2.3. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.	18
1.2.4.- PRACTICAS PROFESIONALES, SERVICIO SOCIAL Y ESTADIAS EMPRESARIALES.	20
1.3.- EL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE.	20
1.3.1.- INTRODUCCION	21
1.3.2 ANTOLOGIA DE LOS ALGUNOS METODOS DE ENSEÑANZA.	24
1.3.2.1 TEORÍA DE LA PSICOLOGÍA EDUCATIVA	27
1.3.2.2 COMPONENTES DE UN ENFOQUE PRESCRIPTIVO DE LA PSICOLOGÍA EDUCATIVA	29
1.3.2.3.- LOS MÉTODOS DE ENSEÑANZA	29
1.3.2.4.- CLASIFICACIÓN DE LOS MÉTODOS DE ENSEÑANZA.	31
1.3.2.5 PRINCIPIOS BÁSICOS DEL APRENDIZAJE:	46
1.4 EDUCACIÓN A DISTANCIA.	48
1.4.1.- DESARROLLO:	50
1.5 ENSEÑANZA AUDIOVISUAL.	61
1.5.1 QUÉ ES LA ENSEÑANZA AUDIOVISUAL	61
1.5.2 VENTAJAS DE LA ENSEÑANZA AUDIOVISUAL	64
1.5.3 AUXILIARES AUDIOVISUALES	67
1.6. - DESCRIPCION DEL SISTEMA NECESARIO PARA EL PROYECTO	69
CAPITULO 2 FORMULACION Y REALIZACION DEL PROYECTO.	91
2.1 CONTENIDO DEL PROYECTO.	91
2.1.1 OBJETIVO ALCANCE Y PRESUPUESTO DEL PROYECTO	91
IMPRESIONES	94
SERVICIOS EXTERNOS Y COMERCIALES	94
ARTICULOS, MATERIALES Y UTILES DIVERSOS	94

DOCUMENTOS Y SERVICIOS DE INFORMACION	94
EQUIPO E INSTRUMENTAL	94
LIBROS	94
2.1.4 PLANEACION DE ACTIVIDADES Y DURACION.	96
2.1.5 SELECCION DE EMPRESAS Y CRITERIOS DE SELECCION.	98
2.1.6 SELECCION DE LOS PARTICIPANTES EN EL PROYECTO.	100
2.1.7 CALENDARIZACION DE LAS ACTIVIDADES.	100
2.2 REALIZACION DEL PROYECTO	101
2.2.1 SELECCION DE EMPRESAS Y ARRANQUE DEL PROYECTO.	101
2.2.2 ELABORACION DE GUIONES	101
2.2.3 ESTABLECIMIENTO DE LAS PARTES QUE COMPRENDERA LA GRABACION	103
2.2.4 GRABACIÓN.	104
2.2.5 EDICION DE VIDEOS.	104
2.2.6 REPRODUCCION DE VIDEOS	104
2.2.7 ELABORACION DE TEXTOS DE AYUDA AL PROFESOR	105
2.2.8 IMPRESION DE TEXTOS	105
2.2.9 REPETICION DEL ESQUEMA PARA LOS OCHO VIDEOS ADICIONALES.	106
2.2.10 ELABORACION DE TEXTOS DE C. D. INTERACTIVOS	106
2.2.11 ELABORACION DE DISCOS COMPACTOS	107
2.2.11.1 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN CD	108
2.2.11.2 GRABACIÓN DE LA SEÑAL DE VIDEO DIGITALIZADA EN UN C. D.	108
2.2.11.3 PROCESAMIENTO DEL CUESTIONARIO.	109
2.2.11.4 EDICIÓN DEL VIDEO Y EL CUESTIONARIO Y GRABACIÓN DE LOS ARCHIVO HTML EN EL CD.	110
2.2.11.5 ORGANIZACIÓN DEL CD	110
2.2.12 RESULTADOS FINALES.	111
2.2.13 ANÁLISIS COSTO BENEFICIO.	111
CAPITULO 3 CONTENIDO DE LOS VIDEOS EMPRESARIALES	115
3.1 MATERIAL EN FORMATO V. H. S.	115
3.1.1 ARENA FILMS Y LOS ÁNGELES FILMS S.A. DE C. V.	115
3.1.2 CARTÓN FÉNIX S.A. DE C. V.	116
3.1.3 ESCUELA COMERCIAL NÚÑEZ FRAGOSO	117
3.1.4 GEBARA S.A. DE C. V.	118
3.1.5 JARABE PERLA S.A. DE C. V.	119
3.1.6 INDUSTRIALIZADORA DE AMARANTO MOLOTLA S. P. R DE R. L.	120
3.1.7 PORTACREDENCIALES DE MÉXICO S.A. DE C. V.	121
3.1.8 SERVICIO EXPRESS DE IMPRESIÓN S.A. DE C. V.	122
3.1.9 VELAS SAN DIEGO S.A. DE C. V.	123
3.1.10 YAKULT S.A. DE C. V.	123
3.3 MATERIAL EN D. V. D.	124
4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	126
4.1 CONCLUSIONES DE CARÁCTER ACADEMICO:	126

**ELABORACIÓN DE VIDEOS EMPRESARIALES
COMO APOYO ACADEMICO.
CASO: AREA ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
DE LA UNAM**

INTRODUCCIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA A RESOLVER.

El ser estudiante de una licenciatura, siempre nos compromete a ver prospectivamente la vida y pensar; ¿dónde podré trabajar?, ¿dónde me desarrollaré como profesionista? La contestación a estas interrogantes siempre mantiene en nuestras vidas un estado de alerta y una constante preocupación. Sin embargo, en casi todas las carreras y en muchas Universidades existen programas de Vinculación Empresarial que permiten a los alumnos tomar contacto con la realidad empresarial y profesional, lo cual en muchos casos no es fácil de llevar al cabo.

El material educativo que presentamos, tiene por objetivo facilitar la Vinculación Empresarial de una forma moderna y sistemática.

Otra característica que tiene el material que presentamos es que busca facilitar una Enseñanza práctica y lo más cercana a la realidad empresarial de este país.

Los medios utilizados para presentar este material emplearon sistemas de informática y comunicación modernos para la época en que se realizaron.

Los empresarios que se prestaron para la realización de estos trabajos son personas que están DÍA con DÍA inmersos en la realidad de los negocios lo cual hace que el material educativo tenga un alto grado de confiabilidad que por otro lado facilita la Aplicación de los conocimientos teóricos adquiridos en las aulas.

En otro sentido ante la Masificación de la demanda de educación superior en las áreas contable y administrativa se requieren de medios sistémicos y fáciles para que una gran cantidad de personas tengan acceso a conocimientos teóricos prácticos en el área antes apuntada, por lo que suponemos sin conceder que con los Discos Compactos de videos empresariales, podremos cumplir con la función de educar a un gran numero de estudiantes.

Estos videos también facilitan el empleo de Canales múltiples de comunicación ya que tienen imágenes, sonidos y cuestionarios que permiten al alumno que los emplean utilizar más de un medio de comunicación e interacción para cumplir con el proceso enseñanza aprendizaje.

En el capitulo 1, hacemos planteamientos de carácter teórico sobre teoría general de sistemas, la función empresarial, el proceso de enseñanza aprendizaje y la vinculación con la educación y las teorías de aprendizaje, en este capitulo también tocamos lo referente a la educación a distancia sus beneficios y su problemática. Por ultimo describimos el sistema con el que se desarrollo el proyecto.

En el capitulo 2 explicamos como se formulo y se desarrollo el proyecto planteando todos los pasos que se realizaron así como la duración de los mismos su calendarización y el costo beneficio en el que se incurrió.

En el tercer capitulo, describimos y explicamos la estructura y contenido de los videos empresariales en cada uno de sus formatos V. H. S., C. D. y D. V. D.

Por ultimo planteamos las conclusiones más relevantes respecto a este proyecto. En definitiva el presente trabajo describe la forma en que fue planeado, ejecutado y probado; los Videos empresariales realizados en medios electrónicos (C. D.), en cintas V. H. S. y con materiales escritos para los profesores para mejorar la enseñanza en las carreras de Administración y Contaduría de la UNAM.

CAPITULO 1. MARCO TEÓRICO.

1.1 CONCEPTOS BÁSICOS DE LA TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS Y DE INGENIERÍA.

1.1.1 ORÍGENES DE LA TEORÍA DE SISTEMAS.

La teoría general de sistemas (T. G. S.) surgió con los trabajos del biólogo alemán Ludwing Von Bertalanffy, publicados entre 1950 y 1968. La teoría general de sistemas no busca solucionar problemas o intentar soluciones prácticas, pero sí producir teorías y formulaciones conceptuales que puedan crear condiciones de aplicación en la realidad empírica. Los supuestos básicos de la teoría general de sistemas son:

- a. Existe una nítida tendencia hacia la integración de diversas ciencias no sociales.
- b. Esa integración parece orientarse rumbo a una teoría de sistemas.
- c. Dicha teoría de sistemas puede ser una manera más amplia de estudiar los campos no-físicos del conocimiento científico, especialmente en las ciencias.
- d. Con esa teoría de los sistemas, al desarrollar principios unificadores que son verticalmente los universos particulares de las diversas ciencias involucradas, nos aproximamos al objetivo de la unidad de la ciencia.
- e. Esto puede generar una integración muy necesaria en la educación científica.
- f. La teoría general de los sistemas afirma que las propiedades de los sistemas no pueden ser descritas significativamente en términos de sus elementos separados. La comprensión de los sistemas solamente se presenta cuando se estudian los sistemas globalmente, involucrando todas las interdependencias de sus subsistemas.

La Teoría General de Sistemas Se fundamenta en tres premisas básicas, a saber:

a) Los sistemas existen dentro de sistemas.

Las moléculas existen dentro de células, las células dentro de tejidos, los tejidos dentro de los órganos, los órganos dentro de los organismos, los organismos dentro de colonias, las colonias dentro de culturas nutrientes, las culturas dentro de conjuntos mayores de culturas, y así sucesivamente.

b) Los sistemas son abiertos.

Es una consecuencia de la premisa anterior. Cada sistema que se examine, excepto el menor o mayor, recibe y descarga algo en los otros sistemas, generalmente en aquellos que le son contiguos. Los sistemas abiertos son caracterizados por un proceso de intercambio infinito con su ambiente, que son los otros sistemas. Cuando el intercambio cesa, el sistema se desintegra, esto es, pierde sus fuentes de energía.

c) Las funciones de un sistema dependen de su estructura.

Para los sistemas biológicos y mecánicos esta afirmación es intuitiva. Los tejidos musculares, por ejemplo, se contraen porque están constituidos por una estructura celular que permite contracciones.

El concepto de sistema pasó a dominar las ciencias, y, principalmente la administración. Si se habla de astronomía, se piensa en el sistema solar; si el tema es fisiología, se piensa

en el sistema nervioso, en el sistema circulatorio y en el sistema digestivo; la sociología habla de sistema social, la economía de sistemas monetarios, la física de sistemas atómicos, y así sucesivamente.

El enfoque sistemático, hoy en día en la administración, es tan común que casi siempre se utiliza inconscientemente.

1.1.2 CONCEPTOS DE SISTEMAS.

La palabra "sistema" tiene muchas connotaciones: un conjunto de elementos interdependientes e interactuantes; un grupo de unidades combinadas que forman un todo organizado y cuyo resultado (output) es mayor que el resultado que las unidades podrían tener si funcionaran independientemente. El ser humano, por ejemplo, es un sistema que consta de un número de órganos y miembros, y solamente cuando estos funcionan de modo coordinado el hombre es eficaz. Similarmente, se puede pensar que la organización es un sistema que consta de un número de partes interactuantes. Por ejemplo, una firma manufacturera tiene una sección dedicada a la producción, otra dedicada a las ventas, una tercera dedicada a las finanzas y otras más. Ninguna de ellas es más que las otras en sí. Pero cuando la firma tiene todas esas secciones y son adecuadamente coordinadas, se puede esperar que funcionen eficazmente y logren las utilidades.

1.1.2.1 DEFINICIÓN DE SISTEMAS.

Es "un todo organizado o complejo; un conjunto o combinación de cosas o partes, que forman un todo complejo o unitario".

El sistema es un conjunto de elementos organizados que se encuentran en interacción, que buscan alguna meta o metas comunes, operando para ello sobre datos o información sobre energía o materia u organismos en una referencia temporal para producir como salida información, energía, materia u organismos.

1.1.2.2 CARACTERÍSTICAS DE LOS SISTEMAS.

Un sistema es un conjunto de objetos unidos por alguna forma de interacción o interdependencia. Cualquier conjunto de partes unidas entre sí puede ser considerado un sistema, desde que las relaciones entre las partes y el comportamiento del todo sea el foco de atención. Un conjunto de partes que se atraen mutuamente (como el sistema solar), o un grupo de personas en una organización, una red industrial, un circuito eléctrico, un computador o un ser vivo pueden ser visualizados como sistemas.

Realmente, es difícil decir dónde comienza y dónde termina determinado sistema. Los límites (fronteras) entre el sistema y su ambiente admiten cierta arbitrariedad. El propio universo parece estar formado de múltiples sistemas que se compenetran. Es posible pasar de un sistema a otro que lo abarca, como también pasar a una versión menor contenida en él.

De la definición de Bertalanffy, según la cual el sistema es un conjunto de unidades recíprocamente relacionadas, se deducen dos conceptos: el propósito (u objetivo) y el de globalizar (o totalidad). Esos dos conceptos reflejan dos características básicas en un

sistema. Las demás características dadas a continuación se derivan de éstos dos conceptos.

a) Propósito u objetivo:

Todo sistema tiene uno o algunos propósitos u objetivos. Las unidades o elementos (u objetos), como también las relaciones, definen una distribución que trata siempre de alcanzar un objetivo.

b) Globalización o totalidad:

Todo sistema tiene una naturaleza orgánica, por la cual una acción que produzca cambio en una de las unidades del sistema, con mucha probabilidad producirá cambios en todas las otras unidades de éste. En otros términos, cualquier estimulación en cualquier unidad del sistema afectará todas las demás unidades, debido a la relación existente entre ellas.

El efecto total de esos cambios o alteraciones se presentará como un ajuste de todo al sistema. El sistema siempre reaccionará globalmente a cualquier estímulo producido en cualquier parte o unidad. Existe una relación de causa y efecto entre las diferentes partes del sistema. Así, el sistema sufre cambios y el ajuste sistemático es continuo. De los cambios y de los ajustes continuos del sistema se derivan dos fenómenos el de la entropía y el de la homeostasis.

c) Entropía:

Es la tendencia que los sistemas tienen al desgaste, a la desintegración por el relajamiento de los estándares y para un aumento de la aleatoriedad. A medida que la entropía aumenta, los sistemas se descomponen en estados más simples. La segunda ley de la termodinámica explica que la entropía en los sistemas aumenta con el correr del tiempo.

A medida que aumenta la información, disminuye la entropía, pues la información es la base de la configuración y del orden. Si por falta de comunicación o por ignorancia, los estándares de autoridad, las funciones, la jerarquía, etc. de una organización formal pasan a ser gradualmente abandonados, la entropía aumenta y la organización se va reduciendo a formas gradualmente más simples y rudimentarias de individuos y de grupos. De ahí el concepto de negentropía o sea, la información como medio o instrumento de ordenación del sistema.

d) Homeostasis:

Es el equilibrio dinámico entre las partes del sistema. Los sistemas tienen una tendencia a adaptarse con el fin de alcanzar un equilibrio interno frente a los cambios externos del medio ambiente.

La definición de un sistema depende del interés de la persona que pretenda analizarlo.

Una organización, por ejemplo, podrá ser entendida como un sistema o subsistema, o más

aún un supersistema, dependiendo del análisis que se quiera hacer: que el sistema tenga un grado de autonomía mayor que el subsistema y menor que el supersistema.

Por lo tanto, es una cuestión de enfoque. Así, un departamento puede ser visualizado como un sistema compuesto de varios subsistemas (secciones o sectores) e integrado en un supersistema (la empresa), como también puede ser visualizado como un subsistema compuesto por otros subsistemas (secciones o sectores), perteneciendo a un sistema (la empresa), que está integrado en un supersistema (el mercado o la comunidad). Todo depende de la forma como se enfoque.

El sistema total es aquel representado por todos los componentes y relaciones necesarias para la realización de un objetivo, dado un cierto número de restricciones. El objetivo del sistema total define la finalidad para la cual fueron ordenados todos los componentes y relaciones del sistema, mientras que las restricciones del sistema son las limitaciones introducidas en su operación que definen los límites (fronteras) del sistema y posibilitan explicar las condiciones bajo las cuales debe operar.

El término sistema es generalmente empleado en el sentido de sistema total. Los componentes necesarios para la operación de un sistema total son llamados subsistemas, los que, a su vez, están formados por la reunión de nuevos subsistemas más detallados.

Así, tanto la jerarquía de los sistemas como el número de los subsistemas dependen de la complejidad intrínseca del sistema total.

Los sistemas pueden operar simultáneamente en serie o en paralelo. No hay sistemas fuera de un medio específico (ambiente): los sistemas existen en un medio y son condicionados por él.

Medio (ambiente) es el conjunto de todos los objetos que, dentro de un límite específico, pueden tener alguna influencia sobre la operación del sistema.

Los límites (fronteras) son las condiciones ambientales dentro de las cuales el sistema debe operar.

1.1.2 TIPOS DE SISTEMAS.

Existe una gran variedad de sistemas y una amplia gama de tipologías para clasificarlos de acuerdo con ciertas características básicas.

En cuanto a su constitución:

a) Sistemas físicos o concretos: cuando están compuestos por equipos, por maquinaria y por objetos y cosas reales, pueden ser descritos en términos cuantitativos de desempeño.

b) Sistemas abstractos: cuando están compuestos por conceptos, planes, hipótesis e ideas. Aquí, los símbolos representan atributos y objetos, que muchas veces sólo existen

en el pensamiento de las personas. En realidad, en ciertos casos, el sistema físico (hardware) opera en consonancia con el sistema abstracto (software).

Es el ejemplo de una escuela con sus salones de clases, pupitres, tableros, iluminación, etc. (sistema físico) para desarrollar un programa de educación (sistema abstracto); o un centro de procesamiento de datos, en el que el equipo y los circuitos procesan programas de instrucciones al computador.

En cuanto a su naturaleza:

- a) **Sistemas cerrados:** son los sistemas que no presentan intercambio con el medio ambiente que los rodea, pues son herméticos a cualquier influencia ambiental. Así, los sistemas cerrados no reciben ninguna influencia del ambiente y, por otro lado, tampoco influyen al ambiente.

No reciben ningún recurso externo y nada producen en la acepción exacta del término. Los autores han dado el nombre de sistema cerrado a aquellos sistemas cuyo comportamiento es totalmente determinístico y programado, que operan con muy pequeño intercambio de materia y energía con el medio ambiente.

El término también es utilizado para los sistemas completamente estructurados, donde los elementos y relaciones se combinan de una manera peculiar y rígida produciendo una salida invariable. Son los llamados sistemas mecánicos, como las máquinas.

b) Sistemas abiertos: son los sistemas que presentan relaciones de intercambio con el ambiente, a través de entradas y salidas. Los sistemas abiertos intercambian materia y energía regularmente con el medio ambiente. Son eminentemente adaptativos, esto es, para sobrevivir deben reajustarse constantemente a las condiciones del medio.

Mantienen un juego recíproco con las fuerzas del ambiente y la calidad de su estructura es óptima cuando el conjunto de elementos del sistema se organiza, aproximándose a una operación adaptativa. La adaptabilidad es un continuo proceso de aprendizaje y de auto-organización.

Los sistemas abiertos no pueden vivir aislados. Los sistemas cerrados-esto es, los sistemas que están aislados de su medio ambiente- cumplen el segundo principio de la termodinámica que dice que "una cierta cantidad, llamada entropía, tiende a aumentar a un máximo".

La conclusión es que existe una "tendencia general de los eventos en la naturaleza física en dirección a un estado de máximo desorden". Sin embargo, un sistema abierto "mantiene a sí mismo, un continuo flujo de entrada y salida, un mantenimiento y sustentación de los componentes, no estando a lo largo de su vida en un estado de equilibrio químico y termodinámico, obtenido a través de un estado firme llamado homeostasis". Los sistemas abiertos, por lo tanto, "evitan el aumento de la entropía y

pueden desarrollarse en dirección a un estado decreciente de orden y organización" (entropía negativa).

A través de la interacción ambiental, los sistemas abiertos" restauran su propia energía y reparan pérdidas en su propia organización".

El concepto de sistema abierto puede ser aplicado a diversos niveles de enfoque: al nivel del individuo, al nivel del grupo, al nivel de la organización y al nivel de la sociedad, yendo desde un microsistema hasta un suprasistema en términos más amplios, va de la célula al universo.

Con relación a su origen:

Con relación a su origen los sistemas pueden ser **naturales o artificiales**, distinción que apunta a destacar la dependencia o no en su estructuración por parte de otros sistemas.

1.1.4. ENFOQUES DE LOS SISTEMAS

La Ingeniería de Sistemas es una profesión orientada al estudio y análisis de sistemas de cómputo, que apoyándose en las diferentes herramientas que nos brindan la informática y la computación propone alternativas y soluciones a problemas del medio; así como la aplicación de las mismas en los diferentes campos de las ciencias.

Se requiere de enfoque integral porque al utilizar simultáneamente los puntos de vista de diversas disciplinas, se tiende hacia el análisis de la totalidad de los componentes o aspectos bajo estudio, así como de sus interrelaciones.

Tiende hacia la aplicación de una perspectiva global en el sentido que no aborda detalladamente un subsistema o aspecto específico del sistema sino cuenta previamente con sus objetivos, recursos y principales características.

También se puede describir como:

- a. Una metodología de diseño
- b. Un marco de trabajo conceptual común
- c. Una nueva clase de método científico
- d. Una teoría de organizaciones
- e. Una dirección de sistemas
- f. Un método relacionado a la ingeniería de sistemas, investigación de operaciones, eficiencia de costos, etc.
- g. Una teoría general de sistemas aplicada

1.1.5 LA ORGANIZACIÓN COMO SISTEMA

Una organización es un sistema socio-técnico incluido en otro más amplio que es la sociedad con la que interactúa influyéndose mutuamente.

También puede ser definida como un sistema social, integrado por individuos y grupos de trabajo que responden a una determinada estructura y dentro de un contexto al que controla parcialmente, desarrollan actividades aplicando recursos en pos de ciertos valores comunes.

1.1.5.1. SUBSISTEMAS QUE FORMAN LA EMPRESA:

a) Subsistema psicosocial: está compuesto por individuos y grupos en interacción. Dicho subsistema está formado por la conducta individual y la motivación, las relaciones del status y del papel, dinámica de grupos y los sistemas de influencia.

b) Subsistema técnico: se refiere a los conocimientos necesarios para el desarrollo de tareas, incluyendo las técnicas usadas para la transformación de insumos en productos.

c) Subsistema administrativo: relaciona a la organización con su medio y establece los objetivos. Desarrolla planes de integración, estrategia y operación, mediante el diseño de la estructura y el establecimiento de los procesos de control.

1.1.5.2. EL MODELO DE ORGANIZACIÓN BAJO ENFOQUE CIBERNÉTICO

El propósito de la cibernética es desarrollar un lenguaje y técnicas que nos permitan atacar los problemas de control y comunicación en general.

Lo que estabiliza y coordina el funcionamiento de los sistemas complejos como los seres vivos o las sociedades y les permite hacer frente a las variaciones del ambiente y presentar un comportamiento más o menos complejo es el control, que le permite al sistema seleccionar los ingresos (inputs) para obtener ciertos egresos (outputs) predefinidos. La regulación está constituida por la cibernética que es una disciplina íntimamente vinculada con la teoría general de sistemas, al grado en que muchos la consideran inseparable de ésta, y se ocupa del estudio de: el mando, el control, las regulaciones y el gobierno de los sistemas, mecanismos que permiten al sistema mantener su equilibrio dinámico y alcanzar o mantener un estado.

Para entender la estructura y la función de un sistema no debemos manejarlo por separado, siempre tendremos que ver a la Teoría General de Sistemas y a la Cibernética como una sola disciplina de estudio.

Dentro del campo de la cibernética se incluyen las grandes máquinas calculadoras y toda clase de mecanismos o procesos de autocontrol semejantes y las máquinas que imitan la vida. Las perspectivas abiertas por la cibernética y la síntesis realizada en la comparación de algunos resultados por la biología y la electrónica, han dado vida a una nueva disciplina, la biónica. La biónica es la ciencia que estudia los principios de la organización de los seres vivos para su aplicación a las necesidades técnicas.

Una realización especialmente interesante de la biónica es la construcción de modelos de materia viva, particularmente de las moléculas proteicas y de los ácidos nucleicos.

Conocer bien al hombre es facilitar la elección de las armas necesarias para combatir sus enfermedades. Por tanto, es natural ver una parte de las investigaciones orientarse hacia un mejor conocimiento de los procesos fisiológicos. Ayudándose de la química y de la física es como han podido realizarse grandes progresos.

Si quiere proseguir un mejor camino, debe abrirse más al campo de la mecánica y más aun al campo de la electrónica. En este aspecto se abre a la Cibernética.

La Robótica es la técnica que aplica la informática al diseño y empleo de aparatos que, en substitución de personas, realizan operaciones o trabajos, por lo general, en instalaciones industriales. Se emplea en tareas peligrosas o para tareas que requieren una manipulación rápida y exacta. En los últimos años, con los avances de la Inteligencia Artificial, se han desarrollado sistemas que desarrollan tareas que requieren decisiones y auto programación y se han incorporado sensores de visión y tacto artificial.

Antes de conocer bien al hombre, la evolución científica exige la adaptación de lo poco que se conoce a un medio. La vida en las regiones interplanetarias trastorna completamente la fisiología y el cambio brusco que sobreviene durante el paso de la tierra a otro planeta, no permite al hombre sufrir el mecanismo de adaptación.

Es, por tanto, indispensable crear un individuo parecido al hombre, pero cuyo destino será aun más imprevisible, puesto que nacido en la tierra morirá en otro lugar.

1.2 LA FUNCIÓN EMPRESARIAL Y SU VINCULACIÓN CON LA EDUCACIÓN.

La función empresarial es la que genera riqueza por medio de la transformación del capital en acciones útiles para la sociedad, esta labor debe estar íntimamente ligada con los proveedores de capital humano como son las universidades o las instituciones de educación.

Se comprende que vinculación es la acción de estar en contacto con las universidades e instituciones de educación superior para conocer los planes y programas de estudio así como sus planes de desarrollo. No solo es estar en contacto e informado sino significa también tomar acción en este terreno y facilitar lo necesario para que se opere adecuadamente la planeación y ejecución de la vinculación para lograr desarrollar capital humano útil a las organizaciones. Sean estas públicas o privadas.

La Vinculación Empresarial es también, que mediante especialistas en materia elaboren y promueve programas académicos (diplomados, seminarios, cursos, conferencias, talleres, etc.) para instituciones públicas y privadas a nivel nacional.

Los programas académicos se elaboran de acuerdo a las necesidades específicas de capacitación de cada persona que esta trabajando en el sector económico y que lo requiera.

También es vinculación establecer asesorías permanentes a las empresas, mediante la cual, se elaboran estudios de mercado, sondeos de opinión, estudios de organización interna, auditorias de mercadotecnia, entre otros.

El objetivo de la vinculación empresarial es el de servir como instrumento para inducir la cultura empresarial para la competitividad, mediante la capacitación y asesoría. Su importancia se puede ver reflejada en el hecho de que es la única manera de lograr la excelencia educativa en el campo de los negocios.

La vinculación empresarial se lleva a cabo mediante:

1.2.1 INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN.

Información. Existen centros de vinculación empresarial los cuales permiten que se asegure el tránsito de la información en su última etapa hacia el destinatario final como parte esencial de la cultura empresarial para la competitividad. Entre los servicios que se ofrecen encontramos:

- a. Uso de medios informáticos.
- b. Talleres de inducción a la información.
- c. Acceso a aplicaciones informáticas para usos concretos, generadas por empresas especializadas.

Capacitación. La capacitación es la base para generar la cultura empresarial para la competitividad en las empresas. Entre los servicios que se pueden encontrar están:

- a. Cursos con temas pertinentes para las empresas.
- b. Operación y administración.
- c. Tecnología y calidad.
- d. Diseño de planes de negocio.

1.2.2 ASESORÍA Y CONSULTORÍA.

Se brinda orientación sobre programas, instrumentos y servicios que contribuyen al impulso de las capacidades competitivas de las empresas. Entre los servicios se encuentran:

- a. Orientación en programas e instrumentos de apoyo para el desarrollo de su competitividad.
- b. Orientación en programas y alternativas financieras.
- c. Orientación en trámites y normatividad.
- d. Vinculación con organismos especializados.
- e. Seguimiento.

1.2.3. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.

Se puede ofrecer asistencia a las empresas en la identificación y vinculación con oportunidades de negocio y expansión de mercado. Los servicios son:

- a. Vinculación con oportunidades de venta.
- b. Vinculación con oportunidades de exportación.
- c. Vinculación con oportunidades de proveeduría.
- d. Vinculación con oportunidades de integración.
- e. Seguimiento.

Planes de negocio. Se proveen de asistencia a las empresas para detectar y preparar planes de negocio y presentación de proyectos. Los servicios que se ofrecen:

- a. Diagnósticos.
- b. Guía para la elaboración de un Plan de Negocios.
- c. Orientación en la preparación de Planes de Negocio.
- d. Vinculación con organismos de apoyo.
- e. Seguimiento.

Para poder realizar la vinculación empresarial se cuentan con herramientas tales como:

- a. **Portales en la WEB:** para poder navegar por la red en busca de información de interés, asimismo acceder a servicios de correo electrónico que permita estar en comunicación con la comunidad empresarial.
- b. **Bases de Datos:** especializadas por temas de interés de los empresarios, información económica, mercado lógica, directorios de proveedores, etc.
- c. **Sistema de Información Geográfico Regional:** información cartográfica para ubicar las unidades económicas y ver sus radios de influencia a nivel delegación (local) y Distrito Federal (entidad), así como infraestructura física, usos de suelo, vialidades y accesos, normatividad urbana, etc.

d. Oportunidades de Negocios: es la identificación y vinculación con oportunidades de negocio y expansión de mercado, para la realización de planes de negocios que permita identificar oportunidades de venta, exportación, proveeduría, integración y seguimiento.

1.2.4.- PRACTICAS PROFESIONALES, SERVICIO SOCIAL Y ESTADIAS EMPRESARIALES.

Es importante para cualquier estudiante de licenciatura de cualquier carrera aplicar los conocimientos adquiridos en las aulas, en las empresas publicas o privadas, por lo que el servicio social, las practicas profesionales y las estadías son las herramientas mas aplicadas en el currículo como forma de aplicar lo aprendido en las aulas a la vida profesional.

En la medida que los empresarios y el sector público permite este intercambio se dice que la academia se encuentra mas vinculada con la profesión.

Vale mencionar aquí que la investigación pura tiene sentido en la medida que esta se aplica en las empresas, sean publicas o privadas y es otra forma de vincular las universidades con el sector productivo y de servicios.

1.3.- EL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE.

1.3.1.- INTRODUCCION

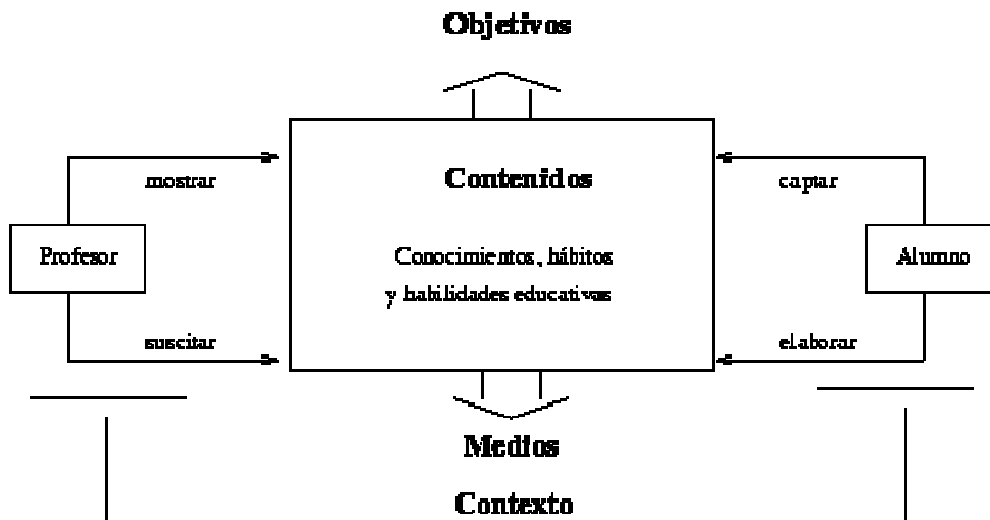
El proceso enseñanza-aprendizaje se refiere al conjunto de acciones y estrategias que realiza el sujeto de formación, considerado individual o colectivamente, contando para ello con la gestión facilitadora y orientadora del docente para lograr los objetivos de la formación profesional. Se desarrolla de manera presencial, no presencial o combinando ambas formas, utilizando con tal propósito ambientes educativos tales como centros de formación, empresas y comunidades urbanas y rurales. Está centrado en el sujeto de formación y hace énfasis tanto en el aprendizaje por procesos como en el de contenido. El proceso de enseñanza-aprendizaje comprende la organización del ambiente educativo, la inducción de los participantes, la concertación del plan de formación, el desarrollo de las actividades de aprendizaje y la evaluación del proceso.

Enseñanza y aprendizaje forman parte de un único proceso que tiene como fin la formación del estudiante. La referencia etimológica del término enseñar puede servir de apoyo inicial: enseñar es señalar algo a alguien. No es enseñar cualquier cosa; es mostrar lo que se desconoce.

Esto implica que hay un sujeto que conoce (el que puede enseñar), y otro que desconoce (el que puede aprender). El que puede enseñar, quiere enseñar y sabe enseñar (**el profesor**); el que puede aprender quiere y sabe aprender (**el alumno**). Ha de existir pues una disposición por parte de alumno y profesor.

Aparte de estos agentes, están los contenidos, esto es, lo que se quiere enseñar o aprender (**elementos curriculares**) y los procedimientos o instrumentos para enseñarlos o aprenderlos (**medios**). Cuando se enseña algo es para conseguir alguna meta (**objetivos**). Por otro lado, el acto de enseñar y aprender acontece en un marco determinado por ciertas condiciones físicas, sociales y culturales (**contexto**). La figura 1.1 esquematiza el proceso enseñanza-aprendizaje detallando el papel de los elementos básicos.

Figura 1.1 : Elementos del proceso Enseñanza-Aprendizaje



De acuerdo con lo expuesto, podemos considerar que el **proceso de enseñar** es el acto mediante el cual el profesor muestra o suscita contenidos educativos (conocimientos, hábitos, habilidades) a un alumno, a través de unos medios, en función de unos objetivos y dentro de un contexto.

El **proceso de aprender** es el proceso complementario de enseñar. Aprender es el acto por el cual un alumno intenta captar y elaborar los contenidos expuestos por el profesor, o por cualquier otra fuente de información. Él lo alcanza a través de unos medios (técnicas de estudio o de trabajo intelectual). Este proceso de aprendizaje es realizado en función de unos objetivos, que pueden o no identificarse con los del profesor y se lleva a cabo dentro de un determinado contexto.

El profesor no es una mera fuente de información, sino que ha de cumplir la función de *suscitar* el aprendizaje. Ha de ser un catalizador que incremente las posibilidades de éxito del proceso motivando al alumno en el estudio.

1.3.2 ANTOLOGIA DE LOS ALGUNOS METODOS DE ENSEÑANZA.

Introducción, A continuación presentamos las principales corrientes educativas a fin de tener una referencia formal de cómo los videos ayudan a la educación y facilitan el proceso enseñanza aprendizaje, así mismo damos una explicación de la educación a distancia medio en el cual los videos son de gran ayuda en este sistema de enseñanza, por ultimo presentamos los diferentes medios de ayudas audiovisuales y su utilidad justificando con esto que los mismos han evolucionado y el medio que estamos proponiendo es uno de los mas avanzados.

1.3.2.1 TEORÍA DE LA PSICOLOGÍA EDUCATIVA

Como bien lo indica su nombre, la psicología educativa es una ciencia interdisciplinaria que se identifica con dos campos de estudios diferentes, pero interdependientes entre sí.

Por un lado, las ciencias psicológicas, y, por otro, las ciencias de la educación el núcleo central entre estas dos ciencias es aquello que provee a la psicología educativa de una estructura científica constitutiva y propia, que viene conformado a través del estudio del aprendizaje; como fenómeno psicológico que depende básicamente de las aptitudes, diferencias individuales y del desarrollo mental, y también, como factor

fundamental de la educación, en cuanto objetivo de la enseñanza o relación maestro-alumno.

La psicología educativa se ocupa de los procesos de aprendizaje de temas educativos y de la naturaleza de las intervenciones diseñadas para mejorar ese aprendizaje. No es tanto una rama separada de la psicología sino como un conjunto de preguntas y preocupaciones que psicólogos con diferentes formaciones, diferentes métodos y diferentes perspectivas sobre el aprendizaje y el desarrollo se han planteado de diferentes maneras a lo largo de décadas.

No obstante, la psicología educativa ha de ser tratada como una ciencia autónoma, poseedora de sus propios paradigmas que van desde el estudio experimental hasta el tratamiento de problemas específicamente educativos que se producen en el ámbito escolar.

Podemos señalar por tanto que la psicología educativa trata de cuestiones tales como:

- a. El proceso de aprendizaje y los fenómenos que lo constituyen como la memoria, el olvido, la transferencia, las estrategias y las dificultades del aprendizaje.
- b. Los determinantes del aprendizaje, partiendo del estudio de las características del sujeto cognoscente: disposiciones cognitivas, afectivas y de personalidad que pueden influir en los resultados del aprendizaje; la enseñanza y desarrollo del pensamiento, implicaciones educativas; y los alumnos con necesidades especiales.

- c. La interacción educativa existente entre maestro-alumno, alumno-alumno, maestro-alumno-contexto educativo, así como la educación en el ámbito familiar, la estructura y proceso del aula como grupo, y la disciplina y control en la clase.
- d. Los procesos de instrucción: procesos psicológicos de la instrucción, instrucción y desarrollo, objetivo de la instrucción, la enseñanza individualizada, la evolución psicoeducativa y el proceso escolar.

En el desarrollo de la psicología educativa, han sido esencialmente relevantes tres grandes tendencias dentro de la psicología cognoscitiva. En primer lugar, se ha producido un giro hacia el estudio de formas de comportamientos cognoscitivos cada vez más complejas, incluyendo las que forman parte del currículum escolar. En segundo lugar, ha habido un interés cada vez mayor en el papel del conocimiento del comportamiento humano, dirigiéndose los esfuerzos en la actualidad a encontrar maneras para representar la estructura del conocimiento y a descubrir como se usa el conocimiento en las diferentes formas del aprendizaje.

Como consecuencia natural de este interés, ahora la atención se centra en el carácter significativo y la comprensión como parte normal del proceso de aprendizaje.

Por el momento la psicología educativa se ha caracterizado como una ciencia muy descriptiva, que analiza la ejecución, pero que no produce sugerencias para mejorarlas. El fin de la mayoría de los psicólogos educativos es de convertirla en una ciencia descriptiva capaz de guiar procesos de enseñanza así como de describir procesos de aprendizaje.

1.3.2.2 COMPONENTES DE UN ENFOQUE PRESCRIPTIVO DE LA PSICOLOGÍA EDUCATIVA

Existen cuatro componentes de una teoría prescriptiva de aprendizaje. Éstos son:

descripción del estado de conocimiento a adquirir;

- a) descripción del estado inicial con el cual comienza el estudiante;
- b) especificación de las intervenciones que pueden ayudar al estudiante a ir de su estado inicial al estado deseado, y
- c) evaluación de resultados de aprendizaje específico y generalizado.

Hasta ahora la psicología educativa y la cognoscitiva se han centrado mayormente en los componentes (a) y (b). La mayor parte de las investigaciones se han dedicado a la descripción de los procesos de quienes son hábiles en su ejecución en diversos dominios. Con el volumen cada vez mayor de trabajo sobre niños y los diversos estudios de contraste que se han proporcionado, actualmente se está produciendo, sin embargo, un proceso considerable en la construcción de descripciones de estados de competencia iniciales e intermedios.

Con respecto al componente (c), que especifica los actos educativos que pueden ayudar a los estudiantes a transformarse de sus estados iniciales, la psicología educativa todavía aguarda un largo camino por recorrer. De este estudio se derivan los métodos, técnicas y estrategias a utilizar en el aula.

Algunos investigadores han ofrecido amplias sugerencias, como la de reducir las exigencias de memorización en las primeras etapas en que se enseña un concepto, relacionar las reglas sintácticas con las justificaciones semánticas para procedimientos, o ayudar a los estudiantes a adquirir y organizar grandes cantidades de información específica de un dominio. Algunos estudios han investigado directamente los efectos de dicha educación en algún dominio limitado.

Sin embargo, la mayor parte de las recomendaciones educativas que se pueden extraer de la psicología cognoscitiva deben considerarse como principios muy generales que necesitan estudio y elaboración en múltiples dominios del aprendizaje.

Mientras la psicología cognoscitiva ha elaborado una teoría del ser humano como un activo constructor de conocimiento, una nueva visión del aprendizaje está naciendo: la que describe los cambios en el conocimiento como el resultado del auto modificación que hacen los estudiantes de sus propios procesos de pensamiento y estructuras de conocimiento. Esto significa a su vez que la enseñanza no se debe diseñar para introducir el conocimiento en las mentes de los estudiantes, sino situar a los estudiantes en una posición que les permita construir un conocimiento bien estructurado. Para saber cómo

serán probablemente estas poblaciones se necesita saber más de lo que se sabe ahora sobre los procesos cognoscitivos dentro del aprendizaje.

Mientras se va configurando un cuadro más rico de los procesos cognoscitivos de aprendizaje, en parte a partir de estudios descriptivos de las transformaciones del conocimiento bajo varias situaciones educativas, se podrá disponer de la base científica para una teoría más descriptiva de intervención.

Con respecto a la valoración de los resultados específicos y generales, el componente (d), de aprendizaje, parece que la psicología educativa dispone de más instrumentos necesarios. Al menos en teoría, es posible usar las descripciones, los estados de conocimiento deseados, que ahora se están identificando mediante análisis de tareas cognoscitivas, para crear métodos que midan el éxito de los esfuerzos educativos.

En lugar de tratar la ejecución en un conjunto específico de tareas como el objetivo de la educación, debería ser posible tratar la ejecución en tareas como el indicador de la comprensión y el conocimiento, que son objetivos más profundos de la educación.

Considerándolo desde el laboratorio, este aspecto parece casi trivial, ya que es exactamente como procede la mayor parte de la **investigación** cognoscitiva en la interpretación de los datos sobre comportamiento.

1.3.2.3.- LOS MÉTODOS DE ENSEÑANZA

Las Ciencias de la Pedagogía se entrelazan para la formación y mejoría de un sistema de educación eficiente a través de todo el mundo. Entre sus diversas ciencias está la Psicología Educativa, que viene en auxilio para el estudio de la pedagogía y su efecto en los estudiantes como seres humanos con el fin de lograr experiencias de enseñanza-aprendizaje duraderas.

La Psicología Educativa nos brinda un aporte en la clasificación e implementación de los métodos de enseñanza.

La Psicología Educativa divide los métodos de enseñanza en cuatro métodos lógicos: inductivo, deductivo, analítico y sintético, delimitando también las estrategias más comunes en cada uno de estos. Esta clasificación es de suma utilidad para la preparación, ejercicio y evaluación de las experiencias de enseñanza-aprendizaje.

Cabe mencionar, que esto no delimita al maestro a utilizar uno de estos con exclusividad sino de analizar los objetivos que se quieren lograr y de organizar experiencias de aprendizaje para lograr un aprendizaje significativo y duradero.

La psicología educativa ha hecho grandes contribuciones en la clasificación detallada de los métodos de enseñanza y una clasificación de estos.

Al abordar el estudio de los métodos de enseñanza, es necesario partir de una conceptualización filosófica del mismo como condición previa para la comprensión de estos. "Desde el punto de vista de la filosofía, el método no es más que un sistema de reglas que determinan las clases de los posibles sistemas de operaciones partiendo de ciertas situaciones iniciales condicionan un objetivo determinado", (Klinberg 1980).

Por tanto, el método es en sentido general un medio para lograr un propósito, una reflexión acerca de los posibles caminos que se pueden seguir para lograr un objetivo, por lo que el método tiene función de medio y carácter final.

El método de enseñanza es el medio que utiliza la didáctica para la orientación del proceso enseñanza-aprendizaje. La característica principal del método de enseñanza consiste en que va dirigida a un objetivo, e incluye las operaciones y acciones dirigidas al logro de este, como son: la planificación y sistematización adecuada.

Otras definiciones incluyen la de Imideo Nérici que afirma que el método de enseñanza "es el conjunto de movimientos y técnicas lógicamente coordinadas para dirigir el aprendizaje del alumno hacia determinados objetivos". Para John Dewey "el método significa la combinación del material que lo hace más eficaz para su uso. El método no es nada exterior al material. Es simplemente un tratamiento de éste con el mínimo de gasto y energía".

1.3.2.4.- CLASIFICACIÓN DE LOS MÉTODOS DE ENSEÑANZA.

La clasificación de los métodos de enseñanza facilita el estudio de los mismos.

Pienkevich y Diego González (1962) hacen una clasificación ubicada en:

Los métodos lógicos o del conocimiento

Los métodos pedagógicos.

1.3.2.4.1 MÉTODOS LÓGICOS

Son métodos lógicos aquellos que permiten la obtención o producción del conocimiento: inductivo, deductivo, analítico y sintético.

La inducción, la deducción, el análisis y la síntesis, son procesos del conocimiento que se complementan dentro del método didáctico. En la actualidad, dentro de la óptica constructivista, los procedimientos que utiliza el docente se identifican con el método didáctico y las técnicas metodológicas; mientras que a los procedimientos lógicos que utiliza el estudiante para lograr el aprendizaje como la observación, la división, la clasificación, entre otras, se les denomina estrategias de aprendizaje.

Los métodos lógicos o del conocimiento son los mostrados en el cuadro 1.1 en el también se presenta la relación entre los métodos lógicos de enseñanza y las estrategias de aprendizaje.

Cuadro 1.1 Relación entre los métodos lógicos de enseñanza y las estrategias de aprendizaje.

Métodos Lógicos	Estrategias de Aprendizaje – Procedimientos
Inductivo	Observación Abstracción Comparación Experimentación Generalización
Deductivo	Aplicación Comprobación Demostración
Analítico	División Clasificación
Sintético	Recapitulación Diagrama Definición Conclusión Resumen Sinopsis Esquema

El método inductivo

Se denominan así, cuando lo que se estudia se presenta por medio de casos particulares, hasta llegar al principio general que lo rige.

Muchos autores coinciden que este método es el mejor para enseñar las Ciencias Naturales dado que ofrece a los estudiantes los elementos que originan las generalizaciones y que los lleva a inducir la conclusión, en vez de suministrársela de antemano como en otros métodos.

Este método genera gran actividad en los estudiantes, involucrándolos plenamente en su proceso de aprendizaje. La inducción se basa en la experiencia, en la observación y en los hechos al suceder en sí. Debidamente orientada, convence al alumno de la constancia de

los fenómenos y la posibilidad de la generalización que lo llevará al concepto de la ley científica.

Por ejemplo, para establecer la ley de dilatación en los cuerpos, se parte de una verdad demostrada o de una causa conocida: el calor. Se observa experimentalmente cómo el agua, al pasar del estado líquido al sólido ocupa más espacio; cómo se dilatan los gases o cómo pasa una bola de estambre por un aro de metal de igual diámetro, una vez que este aro ha sido calentado al fuego. A través de éstas y otras observaciones, se llega a la formulación de la ley. (Spencer, Guidici 1964).

La observación.

Consiste en proyectar la atención del alumno sobre objetos, hechos o fenómenos, tal como se presentan en la realidad, completando analíticamente los datos suministrados por la intuición. La observación puede ser tanto de objetos materiales, como de hechos o fenómenos de otra naturaleza.

Puede ser de dos tipos: la observación directa que es la que se hace del objeto, hecho o fenómeno real; y la observación indirecta, que se hace en base a su representación gráfica o multimedia.

La observación se limita a la descripción y registro de los fenómenos sin modificarlos, ni externar juicios de valor.

Ejemplo: Observación de la formación de hongos en una lonja de pan dejada por varios días.

La experimentación.

Consiste en provocar el fenómeno sometido a estudio para que pueda ser observado en condiciones óptimas. Esta se utiliza para comprobar o examinar las características de un hecho o fenómeno.

Ejemplo: Un grupo de niños mezclan colores primarios para obtener diversas tonalidades y nuevos colores.

La comparación.

Establece las similitudes o diferencias entre objetos, hechos o fenómenos observados, la comparación complementa el análisis o clasificación, pues en ella se recurre a la agudeza de la mente y así permite advertir diferencias o semejanzas no tan sólo de carácter numérico, espacial o temporal, sino también de contenido cualitativo.

Ejemplo: En una clase de literatura comparar el estilo literario de dos escritores contemporáneos.

La abstracción.

Selecciona los aspectos comunes a varios fenómenos, objetos o hechos estudiados y observados en pluralidad, para luego ser extendidos a otros fenómenos o hechos análogos por la vía de la generalización. Otra interpretación de este procedimiento es estudiar aisladamente una parte o elemento de un todo excluyendo los demás componentes.

Ejemplo: Para llegar al concepto de fuerza de atracción los alumnos observan los fenómenos del magnetismo, lo que interesa es que todas las observaciones conduzcan al entendimiento del concepto de fuerza de atracción.

La generalización. Consiste en aplicar o transferir las características de los fenómenos o hechos estudiados a todos los de su misma naturaleza, clase, género o especie. La generalización constituye una ley, norma o principio universalmente aceptados. En la enseñanza continuamente se hacen generalizaciones, pues con ella se comprueba el resultado del procedimiento inductivo.

Ejemplo: a partir de la observación de las características de un número determinado de animales (gallina, pato, paloma, ganso y cotorra) los alumnos llegan al concepto de aves, o sea que son animales que tienen plumas, pico y dos patas.

El método deductivo

Consiste en inferir proposiciones particulares de premisas universales o más generales. El maestro presenta conceptos, principios, afirmaciones o definiciones de las cuales van siendo extraídas conclusiones y consecuencias. El maestro puede conducir a los estudiantes a conclusiones o a criticar aspectos particulares partiendo de principios generales.

Un ejemplo son los axiomas aprendidos en Matemáticas, los cuales pueden ser aplicados para resolver los problemas o casos particulares.

Entre los procedimientos que utiliza el método deductivo están la aplicación, la comprobación y la demostración.

La aplicación. Tiene gran valor práctico ya que requiere partir del concepto general, a los casos particulares. Es una manera de fijar los conocimientos así como de adquirir nuevas destrezas de pensamiento.

Ejemplo: Plantearle a los estudiantes de tercer grado que ya conocen las cuatro operaciones básicas matemáticas que preparen un presupuesto de una excursión al Acuario Nacional, tomando en cuenta todos los gastos.

La comprobación. Es un procedimiento que permite verificar los resultados obtenidos por las leyes inductivas, se emplea con más frecuencia en la ciencia física y en las matemáticas.

Ejemplo: Los cuerpos al caer describen una parábola. Esto puede comprobarse con una tabla lisa forrada con papel de dibujo, sobre el que se coloca un papel carbón del mismo tamaño. Al lanzar una bola pequeña de suficiente peso, tratando de no imprimirle al lanzarla ningún movimiento lateral, en el papel se obtendrá un dibujo que representa la parábola descrita por el cuerpo.

La demostración. Esta parte de verdades establecidas, de las que extraen todas las relaciones lógicas y evidentes para no dejar lugar a dudas de la conclusión, el principio o ley que se quiere demostrar como verdadero. Desde el punto de vista educativo, una demostración es una explicación visualizada de un hecho, idea o proceso importante. La demostración educativa se usa generalmente en matemáticas, física, química y biología.

Ejemplo: realizar la demostración del teorema de Pitágoras en el pizarrón.

El método analítico

Por medio del análisis se estudian los hechos y fenómenos separando sus elementos constitutivos para determinar su importancia, la relación entre ellos, cómo están organizados y cómo funcionan estos elementos.

La división. Este procedimiento simplifica las dificultades al tratar el hecho o fenómeno por partes, pues cada parte puede ser examinada en forma separada en un proceso de observación, atención y descripción.

Ejemplo: Al estudiar la Revolución Francesa, separáramos analíticamente los elementos que configuran el tema: como las causas, el desarrollo de los acontecimientos, las consecuencias, entre otras. Después realizar el examen de las causas: ¿Por qué se originaron?... ¿cuáles causas contribuyeron a su estallido? Y finalmente lo dividimos en sus elementos.

La clasificación. Es una forma de la división que se utiliza en la investigación para reunir personas, objetos, palabras de una misma clase o especie o para agrupar conceptos particulares. En la enseñanza se utiliza para dividir una totalidad en grupos y facilitar el conocimiento.

Ejemplo: cuando el estudiante estudia el clima analiza por separado los elementos de este como: la temperatura, la humedad, los vientos, las precipitaciones, la presión atmosférica, entre otras. Por el procedimiento de la división, examina uno de esos fragmentos que componen el todo: los vientos, por ejemplo, y utiliza el procedimiento de la clasificación para referirse a los distintos tipos de vientos.

El método sintético

Reúne las partes que se separaron en el análisis para llegar al todo. El análisis y la síntesis son procedimientos que se complementan, ya que una sigue a la otra en su ejecución. La síntesis le exige al alumno la capacidad de trabajar con elementos para combinarlos de tal manera que constituyan un esquema o estructura que antes no estaba presente con claridad.

La conclusión. Es el resultado o resolución que se ha tomado luego de haberse discutido, investigado, analizado y expuesto un tema. Al finalizar un proceso de aprendizaje, siempre se llega a una conclusión.

Ejemplo: Luego de analizar los problemas de basura en el área de recreo de la escuela, se llega a la conclusión de que esto sucede por la falta de recipientes para desechos y se organiza una venta de pasteles para recaudar fondos para la compra de más recipientes.

El resumen. Significa reducir a términos breves y precisos lo esencial de un tema.

Ejemplo: después de que los estudiantes han leído varios capítulos del tema, resumir en dos párrafos el proceso de momificación utilizado en Egipto.

La sinopsis. Es una explicación condensada y cronológica de asuntos relacionados entre sí, facilitando una visión conjunta. En el cuadro 1.2. Presentamos un ejemplo de la sinopsis.

Cuadro 1.2. Cuadro sinopsis de los diferentes continentes, sus países, y otros conceptos.

Continente	Países	Clima	Población Total	Densidad de Población
América	Canadá, México,....	Mixto	XXXX	XX
Europa	Francia, Italia,.....	XXXX	XXXX	XX
Oceanía	Australia, Hawai....	XXXX	XXXX	XX
África	Egipto....	XXXX	XXXX	XX
Asia	Japón, China....	XXXX	XXXX	XX

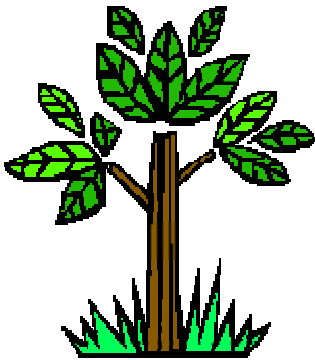
***Ejemplo no real; x = cifras numéricas**

La recapitulación. Consiste en recordar sumaria y ordenadamente lo que por escrito o de palabra se ha manifestado con extensión.

Ejemplo: En las escuelas de nuestro país se utiliza con frecuencia al terminar una unidad o lección, repasar los contenidos dados durante un período largo con fines de exámenes, o para afianzar el aprendizaje.

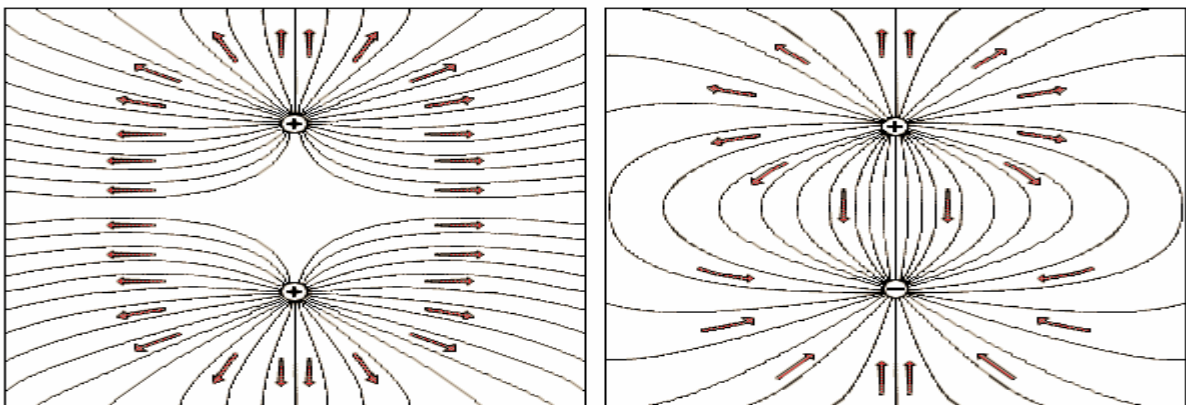
El esquema. Es una representación gráfica y simbólica que se hace de formas y asuntos inmateriales. La representación de un objeto sólo por sus líneas o caracteres más significativos. En el esquema se eliminan ciertos detalles de forma y volumen, para tender a sus relaciones y al funcionamiento de lo que se quiere representar.

Esquema 1.1. Ejemplo de un esquema; Esquema de una planta.



El diagrama. Se trata de un dibujo geométrico o figura gráfica que sirve para representar en detalle o demostrar un problema, proporción o fenómeno. El diagrama se usa mucho en Matemáticas, Física, Química, Ciencias Naturales, etc.

Esquema 1.2 Ejemplo de diagrama. Líneas de fuerza eléctricas



La definición. Es una proposición que expresa con claridad y exactitud los caracteres genéricos y diferenciales de algo material o inmaterial.

Ejemplo: concluida la primera parte del tema: la contaminación, el estudiante elaborará una definición de contaminación.

1.3.2.4.2 LOS MÉTODOS PEDAGÓGICOS

El método tradicional dogmático.

Siguiendo la clasificación de Pinkevich y González, los métodos de enseñanza se clasifican en los métodos lógicos o del conocimiento y en segundo lugar los métodos pedagógicos o tradicionales.

Los métodos tradicionales dogmáticos se sustentan en una confianza sin límites en la razón del hombre y se basan en la autoridad del maestro. Este fue el método de la escuela medieval, pero todavía sigue vigente en muchas escuelas.

En este método el alumno recibe como un dogma todo lo que el maestro o el libro de textos le transmiten; requiere de educadores con dotes especiales de expositores, ya que la forma en que los alumnos reciben los conocimientos es a través de descripciones, narraciones y discursos sobre hechos o sucesos. El alumno por su parte responde a los requerimientos del maestro a través de asignaciones, tareas escritas o de forma recitada (de memoria).

Este método abstracto y verbalista promueve el aprendizaje reproductivo y la actitud pasiva de los estudiantes impidiendo el desarrollo de la capacidad crítica y reflexiva de los mismos.

La palabra método significa cambio o proceso racional para lograr un determinado fin. Adoptar un determinado método, supone un análisis previo de los objetivos que se pretende alcanzar, las situaciones que vamos a enfrentar, así como los recursos y el tiempo disponible y por último las varias alternativas posibles. Se trata entonces, de una acción planeada, basada en un cuadro de procedimientos sistematizados y previamente conocidos.

En pedagogía se entiende por métodos los diferentes modos de proporcionar un aprendizaje dado y que forman caminos individualizados por los pedagogos o la investigación científica.

El método se refiere no tanto a los conocimientos a transmitir como a la forma de transmitirlos. Podemos definir un método pedagógico como:

Una forma específica de organizar los conocimientos, teniendo como guía los objetivos del programa de formación, las características de los alumnos y los recursos disponibles.

Clasificación de los métodos pedagógicos.

En términos generales podemos decir que consideraremos dos corrientes, a saber, la de “Roger Mucchielli” y la de “Pierre Goguelin”. El primero de ellos considera los métodos continuos totalmente pasivos o totalmente activos. El segundo marca tres clasificaciones: Métodos Afirmativos (expositivos y demostrativos), Métodos Interrogativos y Métodos Activos.

Actualmente esta clasificación tiende a ser establecida en base a los recursos pedagógicos que emplea y son valorados particularmente, en el cuadro 1.3. Se muestra la clasificación de los recursos pedagógicos.

Métodos Afirmativos (Verbales, expositivos y demostrativos)	Métodos Interrogativos (Métodos Intuitivos)	Métodos Activos
Explicación	Demostración	Trabajos en grupo y
Exposición	Audiovisuales	proyectos en equipo
Diálogo	Textos escritos	Estudio de casos
Debate		Psicodramas
Conferencia		Role player

Panel Interrogatorio		Simulación y juegos
---------------------------------	--	----------------------------

**Cuadro
1.3.
Recursos
pedagógic**

os por tipo de clasificación

Métodos Afirmativos **“Métodos Verbales”**.

Es la transmisión oral de conocimientos, resulta ser la más clásica y también el foro mas moderno de comunicación pedagógica. A su enorme diversidad de comunicación se agrega las múltiples maneras de interrogar y recorrer un tema con los alumnos.

Métodos Activos

Uno de los primeros grandes teóricos de este tipo de métodos fue Pestalozzi (1746-1827) influenciado por las ideas de Rosseau que defendía que la educación debía “preparar a los hombres para ciertos desempeños en la sociedad”. La educación debía presentarse como un desarrollo natural, espontáneo y armónico. Las actitudes humanas mas originales, son de tres dimensiones; una vida intelectual, moral, artística y técnica. En los fines del siglo XIX, se forman finalmente las bases filosóficas de la pedagogía contemporánea. William James (1842-1910), concibe a la educación como “un proceso vivo que permite al hombre regir adecuadamente su vida frente a diferentes circunstancias”.

Frente a estas definiciones, esta corriente busca preparar al hombre por medio de la acción.

Métodos Interrogativos **“Métodos Intuitivos”**

Trata de mostrar algo o alguien de forma que se pueda intuir, aprender o percibir o que se pretenda transmitir.

1.3.2.5 PRINCIPIOS BÁSICOS DEL APRENDIZAJE:

Ley de la intensidad. Con una experiencia fuerte y dramática se aprende mejor que con una experiencia débil.

Ley del efecto. Toda persona tiende a repetir las conductas satisfactorias y a evitar las desagradables.

Ley de la prioridad. Las primeras impresiones tienden a ser más duraderas.

Ley de la transferencia. Un determinado aprendizaje es ampliado a nuevos aprendizajes análogos o parecidos.

Ley de la novedad. Todo acontecimiento o conocimiento novedoso o insólito se aprende mejor que lo que sea rutinario o aburrido.

Ley de la resistencia al cambio. Los aprendizajes que implican cambios en la organización de la propia personalidad son percibidos como amenazantes y son difíciles de consolidar.

Ley de la pluralidad. El aprendizaje es más conciente, amplio y duradero cuantos más sentidos (vista, oído, tacto) estén involucrados en el proceso de aprender.

Ley del ejercicio. Cuanto más se practica y se repite lo aprendido, tanto más se arraiga el contenido del aprendizaje.

Ley del desuso. Un aprendizaje no evocado o utilizado en mucho tiempo puede llegar a la extinción.

La motivación. Sería ideal que el propio sujeto marcara sus objetivos de aprendizaje, que respondiera a sus necesidades.

La autoestima. Existe una mayor asimilación cuando se tiene un concepto elevado de las propias capacidades.

La participación intensa y activa

De todos y cada uno. La participación activa en el proceso de aprendizaje redundará en una asimilación más rápida y duradera.

1.4 EDUCACIÓN A DISTANCIA.

La enseñanza a distancia no es un concepto nuevo, ella surge a principios de este siglo en algunos países desarrollados. Como ejemplo, podemos citar la Universidad de Queensland en Brisbane, Australia, donde se puso en marcha un programa de educación por correspondencia que pretendía responder a las características de vastedad del país y a la

reducida densidad demográfica del país por entonces. Se basaba fundamentalmente, en un adecuado sistema de correos, difundido y seguro.

Inicialmente la educación a distancia fue un producto de alcance limitado y servía a necesidades locales. Con la incorporación de las nuevas tecnologías la computación, la radio y las telecomunicaciones, se convierte en un producto de alcance nacional e internacional prácticamente sin fronteras. Ella podrá insertarse como el producto típico de la docencia y la superación profesional en la llamada **sociedad de la información**

Actualmente los adelantos tecnológicos de la informática, la telecomunicación y la comunicación móvil han influido de manera decisiva en el alcance de la educación a distancia y la han renovado de manera sustancial.

En particular la evolución hacia una tecnología de información portátil (ordenadores, fax y aplicaciones multimedia) podría conducir a un posible sistema universal de telecomunicaciones móviles, lo que determinará cambios importantes en la concepción y aplicación de la educación a distancia.

En el mundo actual existen varias instituciones que practican la educación a distancia. La mayoría de ellas se encuentran en las universidades tradicionales formando centros mixtos de enseñanza. Otras funcionan exclusivamente a partir del modelo virtual aprovecha e integra los programas habituales de las demás instituciones. Otras

Universidades han formado un colegio virtual, que desarrolla su currículum de asignaturas de postgrado sobre la base de programas orientados a objetos. Todos ellos presentan la característica común de su accesibilidad a través de la red global de Internet.

1.4.1.- DESARROLLO:

La educación a distancia: Cambios de paradigmas.

La ejecución de un proyecto de educación a distancia que incluya los nuevos adelantos tecnológicos, debe responder a las necesidades del personal que solicita estos servicios.

Por otro lado la idea central es promover la formación y educación permanentes y facilitar el acceso social a las profesiones del futuro. La educación y la formación profesional deben responder mejor al cambio tecnológico y a los problemas económicos reales. De forma general la implementación de esta concepción de trabajo, implica el cambio de los paradigmas educacionales establecidos para la educación postgraduada en Cuba.

La educación postgraduada en el país se ha desarrollado hasta el momento, salvo la experiencia descrita en la introducción de las tele clases, basada fundamentalmente en la utilización del concepto clásico de enseñanza postgraduada de relación espacio - temporal entre el emisor y el receptor, es decir entre profesor y alumno.

La educación a distancia exige del profesor una mejor organización de su actividad, ya que este debe dejar plasmado en texto y con ayuda de imágenes la explicación correspondiente teniendo que redactar esta en un lenguaje asequible a los diferentes niveles de preparación del personal que sigue el curso. A través de la red de comunicación o el empleo del correo electrónico este personal tiene acceso a la formulación de sus dudas al profesor y la discusión colectiva de los diferentes tópicos tratados.

La principal influencia de las nuevas tecnologías de la informática en el concepto de educación a distancia se encuentra en el empleo de la multimedia (animación, empleo de videos, CD-ROM, textos en hipermedia, etc.) y el acceso por telecomunicación. Estudios realizados demuestran que las personas obtienen el 80 % de su conocimiento en forma visual, aunque sólo se retiene un 10 - 15 %. Menor retención se consigue a través de la audición, pero está demostrado que una combinación de visualización y audición aumenta la retención a un 50 %. Los principales cambios en la concepción del desarrollo de la educación postgraduada tradicional que introduce el concepto de educación a distancia se resumen en la tabla 1.1:

TABLA 1.1 Cambios en la concepción del desarrollo de la educación de postgrado.

<u>Modelo tradicional</u>	<u>Nuevo modelo</u>	<u>Implicaciones tecnológicas</u>
Conferencias en clases	Estudio individual	PC con acceso a red de información
Asimilación pasiva	Asimilación activa	Requiere desarrollo de conocimientos y aplicación de modelos.
Trabajo individual	Trabajo en colectivo	Utilización de correo electrónico
El profesor como un Dios	El profesor como guía	Se puede acceder a expertos en la red
Contenido estable	Cambio rápido del contenido	Requiere de la red y de herramientas de publicación e impresión
Homogeneidad	Diversificación	Requiere variedad de herramientas de acceso y de métodos.
Esquemas inmóviles	Flexibilidad académica	Actualización permanente y rápida de la información por materia.
Horario fijo	Horario flexible	PC con acceso a red, acceso

		a e-mail
--	--	----------

Como se observa, los cambios educacionales para ser producidos requieren de nuevas herramientas y de nuevos equipamientos, acordes a los cambios tecnológicos que se producen en la actualidad. Pero por supuesto, la nueva tecnología solamente no resuelve el problema. Para que sea efectivo exige de un extensivo y adecuado entrenamiento de los profesores, el desarrollo de nuevos materiales curriculares y los cambios en los modelos educacionales.

Experiencias de los autores. Ejemplos de aplicación

Mostraremos varios ejemplos de aplicación de esta nueva modalidad.

En la Maestría en Dirección de la facultad de Ciencias Empresariales en la Universidad Central de Las Villas, se impartió la asignatura de Informática durante el curso 1999/2002.

Aquí se realizaron encuentros presénciales mínimos para cualquier duda que no habían sido solucionada por el correo, entre cada encuentro los participantes mantienen comunicación con sus compañeros de clase y con el tutor utilizando el correo electrónico.

Las tareas y evaluaciones periódicas son realizadas, enviadas y calificadas a través del correo, se realizó un software con la base de datos de los estudiantes, para el control de los mismos.

En el Diplomado de Gerencia Bancaria. Durante el curso 2001/2002 Tradicionalmente es un diplomado que se realiza todos los cursos y para el mismo se diseño un aula especializada en el cual los cursitas reciben clases y asiste personal de todo el país. Este Diplomado cuenta con un conjunto de asignaturas entre las que podemos mencionar: Administración, Comportamiento Organizacional, Dirección Estratégica, Dirección de Marketing, Gestión de Marketing, Gestión de los Recursos Humanos, Gestión Económica Financiera, Calidad, etc. Para esta experiencia se redujeron al mínimo los encuentros presénciales con los docentes, los materiales docentes se digitalizaron y fueron colocados los cursos en un servidor Web de la Dirección Provincial del banco, para ello se utilizó de forma experimental una plataforma Web. El Sistema de Enseñanza Personalizado a Distancia (SEPAD). Desarrollado por estudiantes de la Facultad de Matemática Física y Computación. Plataforma que posee todos los servicios de matricula, control de las evaluaciones, mensajera, control de los cursos, en ambiente de multimedia.

Los cursitas accedían a través de la Intranet de la institución y mantenían la comunicación con sus profesores a través del correo electrónico. Esta experiencia permitió hacer un análisis económico del ahorro por concepto de alojamiento, transporte y utilización de local de un monto considerable.

Considerando la experiencia adquirida en estos cursos se logra resumir un procedimiento a tener en cuenta en el diseño, este es el siguiente:

Procedimiento para la impartición de cursos a distancia utilizando nuevas tecnologías de Información y la comunicación.

Este procedimiento está sustentado sobre una formación autodidacta y basado en fuertes principios de motivación y desarrollando valores de independencia y creatividad.

El apoyo de un Tutor a través de técnicas digitales y el poder tener una comunicación con sus compañeros de "aula" virtual lo hace un sistema muy sugestivo y de avanzada.

Está basado en los siguientes pasos:

a. La Convocatoria del Curso.

La convocatoria del curso. Está convocatoria debe ser corta y explicativa exponiendo la categoría del curso (Internacional, Nacional, Regional, etc.).

b. Título del curso. El mismo debe ser sugerente, actual, novedoso. (Debe poseer en los casos de los cursos nacionales y regionales al menos una fase presencial y como máximo tres).

En esta convocatoria se debe exponer datos del profesor un currículum del coordinador del curso y los profesores que participaran de apoyo al mismo, de ser posible acompañar el material de fotos del profesor y del entorno de estudio. Explicar el entorno.

La sede principal y sedes donde radica el curso darlas a conocer también. La matrícula si tiene alguna limitación en cuanto a capacidad, dirigida a algún personal en específico, etc.

- c. El Objetivo del curso. Este debe ser claro, estableciendo las metas a lograr por el estudiante.
- d. El contenido del curso solo de forma general, exponiendo los contenidos de cada tema.
- e. Fecha de inicio y de terminación del curso.
- f. Duración del curso se recomienda para cursos cortos no exceder los seis meses de duración de los mismos.
- g. Fecha de matricula, fecha de publicación de los aceptados. Siempre para cursos cortos no mayor de un mes el tiempo que medie entre matricula y publicación de los aceptados.
- h. Requisitos del curso. Entre los requisitos debe tenerse en cuenta los conocimientos básicos que deben tener los alumnos del Sistema Operativo Windows 9x /2000. Tener conocimientos sobre e-mail y un programa que lo manipule (Pegasus mail, Microsoft Outlook, Outlook Express, etc.). Tener un Buzón de correo y tener acceso a una computadora por lo menos cuatro horas a la semana, conocer el uso de compactadores y el procesador de texto Microsoft Word, son requisitos fundamentales el poseer el buzón de correos y el acceso a la computadora.

Para realizar la matricula enviar un mensaje de correo al coordinador del curso, coloque en el asunto del mensaje solicitud de matricula.

a. La Solicitud de la matricula del Curso.

Esta debe ser realizada a través del correo e-mail donde se pida la solicitud de acceder a la matricula, a continuación este correo se responde enviando un pequeño modelo donde se registra al alumno, este modelo debe tener los elementos esenciales como pueden ser nombres y apellidos, edad, sexo, profesión, motivo de la matricula, dirección particular y dirección del centro de trabajo, dirección de E-mail, teléfono, etc.

Siempre en el asunto del e-mail escribir solicitud de matricula

b. Escritura del curso en detalle.

Es en este punto es donde se expone los Objetivos en detalle, el Contenido, las Habilidades a lograr en el curso, y muy importante se declara el sistema de Evaluación que se contempla para cada uno de los temas y la evaluación Final.

Se mencionan los materiales adicionales y las lecturas opcionales que corresponden con cada tema.

Es importante en este punto enviar una pequeña encuesta para conocer mejor los cursistas y elaborar información que puede ser utilizada para el trabajo colaborativo.

c. Estructura metodológica del curso.

Aquí es donde se debe explicar todo el curso en detalle y a partir de un documento que se agregue al correo toda la información y la más importante referida al curso y se le solicita a los matriculados que guarden esta información.

Es aquí donde se le repite elementos de la convocatoria como son: nombre del curso, coordinador principal, profesores, fecha de inicio y terminación, información de los matriculados, cantidad total, alguna otra información de interés al grupo.

Desarrollo del curso.

Es donde se le expone los requisitos de los matriculados, se explica cada tema así como la Guía de estudio con sus objetivos por tema, tanto generales como específicos, contenidos, sistema de habilidades, materiales adicionales, y sistema de evaluación. Calendario del curso. Las vías de comunicación los correos habilitados, los sitios WEB o plataformas utilizadas. Cada participante recibirá una identificación que puede ser un número u otra información individual, cada estudiante debe poner claro en el asunto del mensaje su número de identificación esto permite utilizar un buzón para cada estudiante y otro para el curso general, el profesor utilizará filtros en los programas de e-mail enviando cada mensaje a carpetas diferentes, realizando su trabajo más eficiente y de mayor control. Si el estudiante realiza cambios en su buzón debe informarlo para que sea actualizado. Al profesor recibir respuesta a cada tema debe enviar mensaje de confirmación. El sistema de evaluación debe cumplir con el plazo establecido un método que se recomienda es el de agregar puntos a los temas y dar una calificación al trabajo final. Las respuestas son individuales. El profesor recibirá por cada alumno un archivo con las respuestas. Las características de estos archivos con la correspondiente respuesta a cada pregunta, compactadas en ZIP, libre de virus, una identificación clara del tema y el alumno, en el contenido del correo debe decir el tamaño del documento anexo.

Existen evaluaciones que serán de forma colectiva buscando un trabajo en colaboración entre los estudiantes que reúnan ciertas características estos grupos serán seleccionados por el profesor. Una vez finalizada la fecha tope de recibir respuestas se tiene una semana de debate utilizando las listas de discusión. Se le recomienda a los estudiantes guardar una copia de seguridad de sus respuestas como medida de seguridad, el estudiante no

recibirá el próximo tema hasta tanto no responda el tema que se evalúa, si no responde dos temas seguidos causa baja. El curso se divide en varios aspectos, trabajo individual, estudio asistido por el tutor y teniendo también especial atención al trabajo en equipo, todo esto para alcanzar un aprendizaje en conjunto

d. –Consideraciones Finales.

Como consideraciones finales se plantea que como apoyo al curso este posea materiales adicionales, lecturas seleccionadas por el profesor, documentos, hipertextos y otros documentos de multimedia, los mismos pueden ser enviados por e-mail, situados en sitios y portales que los estudiantes tengan posibilidades de acceder, medios de enseñanza y plataformas WEB en los que se pueden colocar elementos del curso para facilitar una mayor comprensión y asimilación. La plataforma SEPAD es un medio de enseñanza que ha demostrado ser eficiente.

El seguimiento de la labor de los estudiantes ya sea de sus resultados docentes, noticias del curso, como otras informaciones, etc. Pueden estar situadas también en los medios técnicos expuestos en el párrafo anterior.

El curso debe finalizar en la medida de las posibilidades con un encuentro presencial y siempre que se pueda realizar un taller donde los cursistas exponen sus resultados. La entrega del diploma también puede ser de forma digital utilizando los mismos medios técnicos. El curso debe finalizar con una encuesta a los estudiantes y otra al equipo de profesores, identificando los puntos fuertes y débiles del curso.

El análisis económico del curso debe ser un punto en la evaluación final del curso.

Cuando esta experiencia se expanda, y consiga conectividad nacional, estos cursos podrían llegar a constituir una importante fuente no solo de educación y promoción de las potencialidades del país, sino también una fuente de ingresos e información valiosa para el desarrollo de las actividades de las instituciones participantes.

Con la aplicación de esta experiencia los estudiantes añadieron una nueva forma de trabajo al utilizar las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, no solo en el vencimiento de las temáticas del curso sino también en su nivel cultural y de actualización.

Se demostró que el uso de la NTIC, es un poderoso instrumento que nos brinda la oportunidad de transformar la Pedagogía hacia una pedagogía mas efectiva y emotiva que cambia, mejora y fortalece el papel educador del profesor.

Se debe destacar que la tecnología por si sola, no es capaz de generar conocimiento, Cuba con pocos recursos, ha sabido llevar un correcto plan de educación, ha destinado financiamiento suficiente con estos fines, su utilización óptima nos corresponde a nosotros.

La utilización de Plataformas Web de construcción Nacional como el SEPAD es factible de utilización en un ambiente de educación a distancia.

Los procesos de Masificación de la cultura y la Informatización de la sociedad constituyen los pilares fundamentales de esta investigación.

Los materiales (casos prácticos empresariales en C. D. y V. H. S.) que proponemos son una base importante de materiales didácticos para el adecuado desarrollo de las nuevas metodologías de enseñanza así como para el empleo de este en la educación a distancia.

Así mismo se pueden cumplir mejor con los principios básicos de la enseñanza.

1.5 ENSEÑANZA AUDIOVISUAL.

Es necesario en este trabajo, analizar lo que representan los métodos audiovisuales y la enseñanza audiovisual, ya que el empleo de los videos empresariales como ayuda en la enseñanza son de hecho medios audiovisuales, con todas las características y limitaciones que estos medios tienen.

1.5.1 QUÉ ES LA ENSEÑANZA AUDIOVISUAL

Cuando el maestro explica empleando solamente la forma oral o escrita, la imaginación del alumno trabaja intensamente y a pesar de ello, solo concibe ideas vagas y en ocasiones alejadas de la realidad.

En cambio, si la forma oral o escrita se complementa con medio auxiliares que faciliten la institución del conocimiento, se observa que el alumno forma ideas bien definidas y

ajustadas a la realidad; además, el aprendizaje se realiza con un ahorro considerable en tiempo y energía.

Esos medios auxiliares son esencialmente audiovisuales dado que el proceso de asimilación del conocimiento se observa que alumno forma ideas definidas y ajustadas a la realidad; además, el aprendizaje se realiza con un ahorro considerable de tiempo y energía. A continuación presentamos en la figura 1.1 en la que representamos las funciones del cerebro donde se asimila el olfato y la visión.

Figura 1.2

Funciones de asimilación del cerebro humano.



Para que los medios auxiliares audiovisuales, puedan ser un complemento efectivo deben guardar estrecha relación con las materias de enseñanza que se aplican. Así por ejemplo, el alumno que estudia Geografía, aprende más fácilmente si la exposición se complementa con mapas, maquetas y excursiones, etc.

El que aprende un oficio asimila mejor el conocimiento si además de escuchar, ve trabajar a su maestro y práctica él mismo.

A los recursos materiales que aprovecha el maestro como medios para transmitir el conocimiento, se les llama.

AUXILIARES AUDIOVISUALES DE LA ENSEÑANZA.

A la enseñanza que persigue el aprovechamiento de medios auxiliares audiovisuales para complementar las formas oral y escrita se le llama:

ENSEÑANZA AUDIOVISUAL.

Al conjunto de procesos, procedimientos y recursos de que se vale el maestro para enseñar con los auxiliares audiovisuales se les llama:

TÉCNICA DE LA ENSEÑANZA AUDIOVISUAL.

A continuación presentamos la figura 1.3 que representa un salón de clase con sus respectivos alumnos.

Figura 1.3. Salón de clase.



1.5.2 VENTAJAS DE LA ENSEÑANZA AUDIOVISUAL

En las experiencias realizadas en la escuela, en la fábrica, en el campo y en el comercio, se ha puesto de manifiesto que la Técnica Audiovisual reporta muchas ventajas que se sintetizan en ahorro de tiempo y energía.

Esto hace presumir que cuando todo el sistema Educativo Nacional adopte esta Técnica, se habrá dado un paso definitivo para resolver los grandes problemas: la Alfabetización y la Educación para los niños que no alcanzan inscripción en las Escuelas del Estado.

Las ventajas que pueden considerarse como las más importantes se citan a continuación:

- a. Mayor concentración de la atención.
- b. Se requiere menor tiempo para aprender.
- c. Se obtiene un conocimiento más firme y permanente.
- d. Se aprende más fácilmente, por ser concreta y atractiva la enseñanza.
- e. La enseñanza es más real, dado que los auxiliares audiovisuales hacen que el alumno establezca un contacto más directo con el medio.
- f. La enseñanza Audiovisual es más consecuente con la finalidad primordial de la Educación que es, preparar al individuo en los distintos aspectos de la vida dentro de una conducta propicia para que el disfrute recíproco de la producción.

La Enseñanza Audiovisual no solamente ofrece grandes ventajas para el desarrollo del trabajo escolar, sino también ayuda a solucionar los más serios problemas económicos, sociales, en la actualidad ya no se nota su influencia en el campo, en la industria, en el comercio y en la comunidad.

EN LA ESCUELA.

Preparando elementos económicamente activos en menor tiempo y con menor esfuerzo. Como observamos en la figura 1.4. Los alumnos que están frente al televisor, se entiende que desarrollan menos esfuerzo de aprendizaje.

Figura 1.4 Alumnos frente a televisor.



EN EL CAMPO.

Ayudando al aumento de la producción agrícola, ganadera, etc. Se puede observar en la figura 1.5. Como el alumno aprende más rápido con equipo moderno como es el tractor.

Figura 1.5. Aprendiendo en el campo con tractor



EN LA INDUSTRIA Y EN EL COMERCIO.

Capacitando obreros y empleados que con eficiencia contribuyan a bajar el costo de la vida. En la figura 1.6 se muestran obreros aprendiendo labores manuales.

Figura 1.6. **Fundición de acero, Indiana**



Microsoft ® Encarta ® Biblioteca de Consulta 2003. © 1993-2002 Microsoft

Corporation. Reservados todos los derechos.

EN LA COMUNIDAD.

Ayudando a solucionar problemas de interés general. Como es el caso de la alfabetización que se muestran la figura 1.7.

Figura1.7 Aprender a leer y a escribir



Microsoft ® Encarta ® Biblioteca

de Consulta 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

1.5.3 AUXILIARES AUDIOVISUALES

Para usar los auxiliares de la enseñanza se requiere conocer sus características físicas y la función que desempeñen como complementos audiovisuales.

A continuación se hace una breve descripción de los más usuales que son:

Pizarrón, periódico mural, textos y libros, mapas y cartas, gráficas, diagramas, dibujos y pinturas, historietas y cartones, recortes y colecciones, revistas y periódicos, fotografías, esferas, modelos y maquetas, caja de arena, especímenes, dioramas, juguetes instructivos, materiales de proyección, estereoscopios, demostraciones y prácticas, visitas a museos,

excursiones escolares, observación de actividades, dramatizaciones, teatro guiñol, grabaciones y programas de radio y televisión.

EL PIZARRON

El pizarrón es uno de los auxiliares, más económicos, por que se puede utilizarse y borrarse repetidas veces.

Para que sea un material verdaderamente útil, debe conservarse limpio, no representarse muchos temas a la vez. Las letras y dibujos deben de ser de tamaño apropiado para que se pueda leer e interpretar desde la parte más alejada del salón; se preferirá negro o verde oscuro y en superficie mate para que no lastime la vista ni pierda la visibilidad. También existen los de color blanco mas conocidos como pintaron.

Los guises más apropiados son el blanco y el amarillo; pero también debe emplearse guises de otros colores para ilustrar conocimientos en que el color se un factor importante. En la figura 1.8. Presentamos una alumna escribiendo en un pizarrón.

Figura 1.8. Alumno escribiendo en pizarrón.



PERIODICO MURAL.

El periódico mural es un auxiliar informativo para todos los elementos escolares en relación con las actividades internas y externas de la escuela.

Consiste en una tabla o superficie plana en donde se disponen los distintos materiales que lo componen. Estos son: informes, dibujos, caricaturas, gráficas, boletines, etc.

Hay que colocarlo en un lugar en donde puede ser observado con facilidad por el alumnado; los caracteres necesitan ser de un tamaño apropiado para leerse sin dificultad.

La intervención de los alumnos siguiendo la orientación del maestro ayuda a desarrollar las actividades artísticas y creadoras. Un ejemplo de periódico mural se presenta en la figura 1.9.

Figura 1.9 Ejemplo de un periódico mural



TEXTOS Y LIBROS

En la enseñanza deben preferirse los libros ilustrados.

Cada escuela podrá formar su biblioteca recurriendo a la ayuda de maestros, alumnos y padres de familia. En la figura 1.10 presentamos una biblioteca que es el más claro ejemplo de un recinto para guardar libros.

Figura 1.10 vista de una biblioteca.



MAPAS Y CARTAS MURALES

Son representaciones convencionales sobre distintos temas de enseñanza (Geografía, Historia, Biología, Química).

Se preferirán aquellos en que haya claridad, sencillez, actualidad, coloración atractiva y exactitud. A continuación en la figura 1.11. Presentamos un mapa y una carta descriptiva en atril.

Figura 1.11. Mapa geográfico y carta descriptiva en atril.

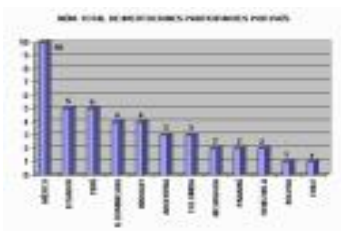


GRÁFICAS

Son representaciones objetivas de datos estadísticos.

Las gráficas deben de ser claras, atractivas y los datos exactos para poder establecer comparaciones. En la figura 1.12 se tiene una grafica de barras que representa un fenómeno económico o de otro tipo.

Figura 1.12. Grafica de barras fenómeno económico.

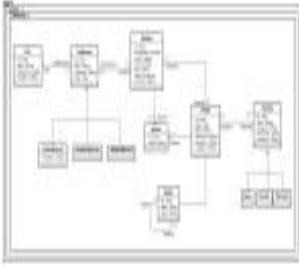


DIAGRAMAS.

Son representaciones gráficas que sirven para explicar cualquier tema de enseñanza.

Existen muchos tipos de diagramas, Administrativos, de ingeniería, de vialidad. A continuación en la figura 1.13, presentamos un diagrama administrativo.

Figura 1.13 Diagrama administrativo.



DIBUJOS Y PINTURAS.

Los dibujos Figura 14 y pinturas tienen un gran valor por su variedad. Pueden obtenerse o elaborarse para todos los aspectos de la enseñanza. En este grupo están: láminas, carteles, cromos, cuadros, retratos, bocetos, ilustraciones, etc.

Figura 1.14 Pintura de corte de caña.



HISTORIETAS Y CARTONES.

Las historietas y cartones desarrollan temas por medio de una serie de dibujos necesitando muy pocas palabras para su explicación. En la figura 1.15 se muestra una hoja de una historieta cómica.

Figura 1.15. Historieta cómica.



RECORTES Y COLECCIONES.

Los recortes de magazines y revistas que se muestran en la figura 1.16, así como las colecciones impresas sobre Botánica, Zoología, Anatomía, Geografía, etc., son auxiliares fáciles de adquirir.

Figura 1.16. Recortes de revistas.



REVISTAS Y PERIODICOS.

Las revistas y periódicos Figura 1.17, proporcionan material de información que puede complementar el desarrollo de muy diversos temas.

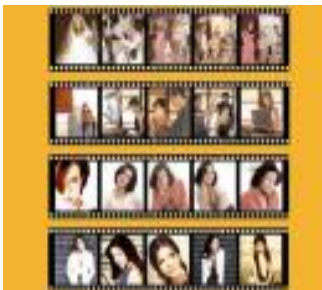
Figura 1.17 Portada de una revista.



FOTOGRAFÍAS.

Las fotografías como auxiliares de la enseñanza son accesibles, económicas y efectivas; En la figura 1.18 mostramos arreglo fotográfico, que en ocasiones es insustituible, dado la fotografía es el procedimiento que capta y reproduce las imágenes con mayor fidelidad.

Figura 1.18. Arreglo fotográfico

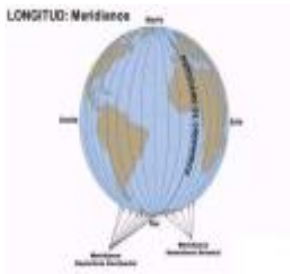


ESFERAS.

Son representaciones de las esferas terrestre y celeste, ver figura 1.19, constituyendo un valioso auxiliar en la enseñanza de la Geografía Cosmografía. Su empleo combinado con

los mapas, aclara cualquier duda ocasionada por las deformaciones propias de las proyecciones.

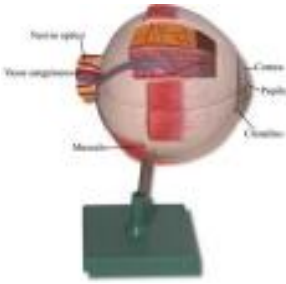
Figura 1.19. Esfera de mapa mundi



MODELOS.

Son representaciones tridimensionales a escala, de seres y cosas. En la figura 1.20, presentamos el modelo de un globo ocular. El uso de estos auxiliares, el maestro debe de explicar la relación que guardan los modelos con la realidad.

Figura 1.20. Modelo del globo ocular.



CAJA DE ARENA.

La caja de arena es aprovechable en varias asignaturas como: Geografía, Historia, Ciencias Naturales, Agricultura, etc.

Por su bajo costo pueden obtenerla todas las escuelas.

ESPECIMENES.

Se diferencian de los modelos, en que no son representaciones, sino las cosas mismas o parte de ellas. En la figura 1.21. Se presenta una roca lunar. Son de gran utilidad para complementar la enseñanza que se hace con modelos.

Figura1.21. Roca lunar.



DIORAMAS.

Son representaciones de personas, animales o cosas colocadas dentro de su ambiente natural. Se les llama también maquetas, en la figura 1.22., presentamos un diorama de un silo de grano.

Figura 1.22. Diorama de un silo.



JUGUETES INSTRUCTIVOS.

Estos deben de utilizarse de preferencia en el Jardín de Niños y en los primeros años de la Educación Primaria por que despiertan un gran interés en los niños en la figura 1.24. Se presentan fichas educativas para aprender los números y a sumar jugando, dado que en esa edad dedican un alto porcentaje de su tiempo al juego. Deben preferirse aquellos juguetes de tipo constructivo.

Figura 1.23. Fichas educativas.



LAS PROYECCIONES.

Las proyecciones están consideradas como los más avanzados medios de Enseñanza Audiovisual. Se dividen en tres tipos: proyección fija, opaca y cinematográfica.

PROYECCIÓN FIJA.

La proyección fija es uno de los auxiliares más útiles y variados. En la figura 1.24. Se observan algunos de los equipos usados en proyecciones opacas como es pantalla y proyector. Se requiere un equipo de proyección en el que colocan las diapositivas o transparencias y se proyectan en una pantalla que da un tamaño apropiado para que puedan ser observadas desde cualquier punto del salón.

Figura 1.24. Pantalla y proyector de transparencias y/o cuerpos opacos.



Microsoft ® Encarta ® Biblioteca de Consulta 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

Existen varios tipos de equipos de buena calidad de proyección y los maestros pueden adquirir muchas colecciones en blanco y negro o en color- hay tres tamaños de diapositivas que son 8.3X10.2, 6X6, 5X5 CMS; y pueden ser de tipo fotográfico o dibujado.

PROYECCIÓN OPACA.

La proyección opaca es uno de los auxiliares que tiene mayor amplitud: por medio de un equipo apropiado se pueden proyectar en la pantalla: fotografías, impresos, grabados, láminas, libros, pequeños objetos, etc.

En este tipo de equipos la proyección que se obtiene en la pantalla, es de una imagen reflejada; por lo tanto, se requiere oscurecer el local. Ver figura 1.24.

PROYECCIÓN CINEMATOGRAFICA.

La proyección cinematográfica es uno de los medios más efectivos tanto en la educación Inter.-escolar, como en la educación de mapas. En la figura 1.25, presentamos los inicios de las cámaras cinematográficas.

Existen equipos de proyección de diversos tipos, algunos esencialmente portátiles.

Figura 1.25. Inicios de la cinematografía.



Microsoft ® Encarta ® Biblioteca de Consulta 2003. © 1993-2002 Microsoft

Corporation. Reservados todos los derechos.

En la actualidad no se cuenta con muchas películas educativas, pues la mayoría son culturales de esparcimiento o de propaganda; sin embargo, esto tiende a solucionarse con la elaboración de películas que han iniciado varias instituciones educativas.

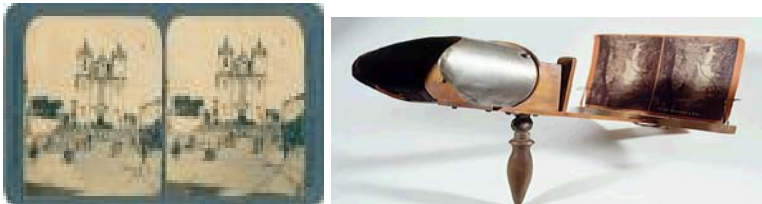
ESTEREOSCOPIAS.

Las fotografías en tercera dimensión (estereoscopias), dan una sensación de volumen que las hace más reales. Para observarlas se requiere un dispositivo llamado estereoscopio. En la figura 1.26, mostramos como se verían dos fotografías que se montan en el estereoscopio.

Figura 1.26. Estereoscopio de finales del siglo XIX

Microsoft ® Encarta ® Biblioteca de Consulta 2003. © 1993-2002 Microsoft

Corporation. Reservados todos los derechos.



DEMOSTRACIONES PRÁCTICAS.

Estas actividades permiten que el alumno lleve a la práctica las enseñanzas que han recibido. En la figura 1.27 se ejemplifica una práctica de química. Se utilizan para dar los conocimientos de Ciencias Naturales, Biología, Física, Química, Oficios.

Figura 1.27 Práctica de química.



VISITAS A MUSEOS.

El maestro debe preparar estas visitas para que los alumnos concentren su atención en aquellos aspectos que guarden relación con el tema.

MUSEO ESCOLAR.

Es necesario crear en las escuelas el Museo Escolar, procurando que intervengan los alumnos en esta labor. Sin embargo hay museos de enseñanza que respaldan la educación. En la figura 1.28 se presenta uno de los museos más famosos del mundo.



Figura 1.29 El Museo Solomon R. Guggenheim de Nueva York

Microsoft ® Encarta ® Biblioteca de Consulta 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

EXCURSIONES ESCOLARES Y OBSERVACION DE ACTIVIDADES.

En aquellas se pone a los alumnos en contacto directo con la naturaleza, Ver figura 1.29
medios de producción, manifestaciones artísticas, actividades cívicas, etc.

Figura 1.29 Alumno en contacto con la naturaleza.



Microsoft ® Encarta ® Biblioteca de Consulta 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

DRAMATIZACIONES.

Ayudar a fijar el conocimiento en diversas asignaturas como: Historia, Civismo, Lenguaje y Sentido Artístico. En la figura 1.30 presentamos una dramatización escolar en ella deben participar los alumnos.

Figura 1.30 Dramatización escolar



TITERES Y TEATRO GUIÑOL.

Las representaciones de obras con títeres Ver figura 1.31. O con muñecos de guiñol son actividades importantes en la enseñanza. Desde Jardín de Niños hasta la educación de los adultos, los temas que pueden desarrollarse son inagotables.

Figura 1.31. Teatro Guiñol



GRABACIÓN Y REPRODUCCIÓN DE SONIDO.

Entre los diversos aspectos en que prestan ayuda están: la enseñanza de idiomas, la grabación de conferencias, interpretaciones musicales y narraciones para materiales de proyección. Los materiales que emplean estos equipos tienen la ventaja de poder usarse muchas veces, pues cuando ya no interesa una grabación se borra y queda el alambre o la cinta en condiciones de registrar nuevos sonidos. Cuando se requiere una grabación permanente se pasa a un disco que se escucha fácilmente en un tocadiscos de tipo común.

En los festivales, en proyecciones al aire libre o en grandes salones se requiere equipos especiales de amplificación de sonido.

Figura 1.32. Fonógrafo de Edison

Microsoft ® Encarta ® Biblioteca de Consulta 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.



LA RADIO.

La radio es uno de los auxiliares más avanzados, ver figura 1.33. Sin embargo, en la actualidad los programas dedicados a la enseñanza no llenan más que en el aspecto cultural.

Aún cuando tiene la limitación de que es un auxiliar solamente auditivo, se le puede considerar (por el desarrollo que ha alcanzado), como el medio de comunicación de ideas que tiene la mayor penetración.

Figura 1.33 Radio portátil



LA TELEVISIÓN.

La televisión auxiliar audiovisuales; Ver figura 1.34 como permite la transmisión simultanea de imagen y sonido, se puede llevar a los espectadores los acontecimientos en el mismo momento en que están sucediendo.

Figura 1.34. Televisor.



COMPUTADORA.

Con los nuevos equipos informáticos interactivos, Ver figura 1.35, un estudiante interesado en cualquier materia podrá consultar el texto en una enciclopedia electrónica, ver además fotografías o una película sobre el tema, o buscar asuntos relacionados con sólo presionar un botón. Estos soportes tienen la ventaja de que ofrecen la posibilidad de combinar textos con fotografías, ilustraciones, vídeos y audio para ofrecer una visión más completa, además de que presentan una gran calidad.



Figura 1.35. Computadora.

Disco Compacto.

Desde la creación del computador, se han venido observando avances significativos en el área de la educación audiovisual que es el método de enseñanza que utiliza soportes relacionados con la imagen y el sonido, como películas, vídeos, audio, transparencias, CD-ROM, entre otros.

Los soportes de información informáticos son elementos que siempre deben ser leídos por un dispositivo. Teniendo en cuenta la naturaleza de su composición, estos elementos de soporte pueden ser magnéticos, ópticos o electrónicos; en todos los casos la información se guarda codificada en sistema binario.

Los dispositivos de lectura generalmente son periféricos de computadoras de las cuales las más comunes son las Personal Computers o PC's.

Entre los soportes de información magnéticos, los más comunes son el disco flexible o disquete y los cartuchos de backup o resguardo.

El disquete se utiliza para grabar texto, imágenes y sonido, pero debido a que su capacidad es limitada (1,44 Mb. o 1440000 caracteres) generalmente se lo utiliza sólo para guardar texto, ya que las imágenes y los sonidos ocupan mucho espacio.

El disquete necesita de un dispositivo lector y grabador que utiliza campos magnéticos para tal fin. El dispositivo es guiado desde la computadora, siendo éste un periférico de la misma.

Sus aplicaciones son básicamente las de resguardo de información y distribución de la misma, siendo aptos para contener bases de datos o actualizaciones de bases de datos. Comercialmente, es común encontrar disquetes que contengan obras de referencia, publicaciones periódicas de diversas materias, etc.

Un soporte directamente relacionado con los discos flexibles es el cartucho de backup. Sólo se diferencia de aquel principalmente por la capacidad de almacenamiento que posee (existen de 100 Mb., 250 Mb. y 1000 Mb. o 1 Gb). También requiere de un lector.

En el caso de los dispositivos ópticos el más conocido es el CD ROM. En la figura 1.36 se presenta la representación de un disco compacto.

Figura 1.36 Disco Compacto



El CD-ROM (Compact Disk-Read Only Memory o Disco Compacto de sólo Lectura) es un soporte de información íntimamente relacionado con el más famoso CD-Audio. Ambos se basan en la tecnología del láser y tienen unas dimensiones y un proceso de producción idénticos. Ahora bien, mientras el CD-Audio se utiliza para grabar el sonido,

el CD-ROM incluye también texto e imagen estática o dinámica, disponiendo de una capacidad de memoria de unos 600 Mb (600 millones de caracteres), o unas 200000 páginas de texto con sus correspondientes gráficos e ilustraciones.

El CD-ROM necesita de un aparato lector que puede ser guiado desde un microordenador, actuando entonces como un periférico más de este. El lector de CD-ROM utiliza un haz de luz láser para leer la información grabada previamente en el soporte óptico sin posibilidad de grabar nueva información, por lo que se los conoce como dispositivos de sólo lectura.

Sus aplicaciones comerciales son básicamente dos. Por un lado, es un soporte idóneo para la comercialización de bases de datos. Por otro lado, tiene muchas posibilidades en el campo de la edición (obras de referencia, publicaciones periódicas especializadas, libros infantiles interactivos, etc.).

Los dispositivos electrónicos de almacenamiento de datos, las memorias RAM externas, son una variante de las memorias RAM (dispositivos utilizados por las computadoras como memorias). Consisten en un chip de silicio con un sistema lector y grabador incorporado, capaz de acumular grandes cantidades de información (1000 Mb o 1 Gb), textuales, gráficas o sonoras, ocupando muy poco lugar físico, y con una gran velocidad de lectura y grabación. Este dispositivo se conecta a la computadora a través de un cable especial.

Comercialmente, es muy común encontrar distribuciones de grandes bases de datos, textuales o fotográficas, y todo tipo de información.

DVD.

En la primera mitad de la década de los noventa dos grupos de empresas desarrollaban paralelamente un sistema de almacenamiento óptico que multiplicaba varias veces la capacidad del CD-ROM.

Lo cual significa que podemos tener el contenido de todo un curso con imágenes, fotografías, textos, etc. en solamente un DVD y con una calidad superior.

En la figura 1.38 presentamos un lector de D. V. D.

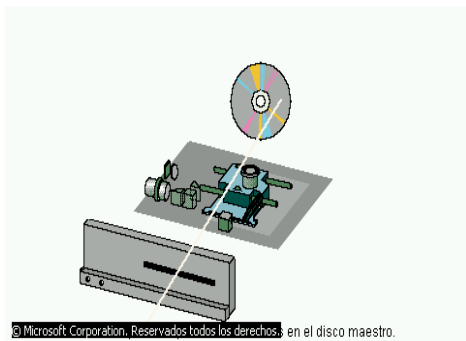


Figura 1.38 lector de D. V. D.

1.6. - DESCRIPCION DEL SISTEMA NECESARIO PARA EL PROYECTO

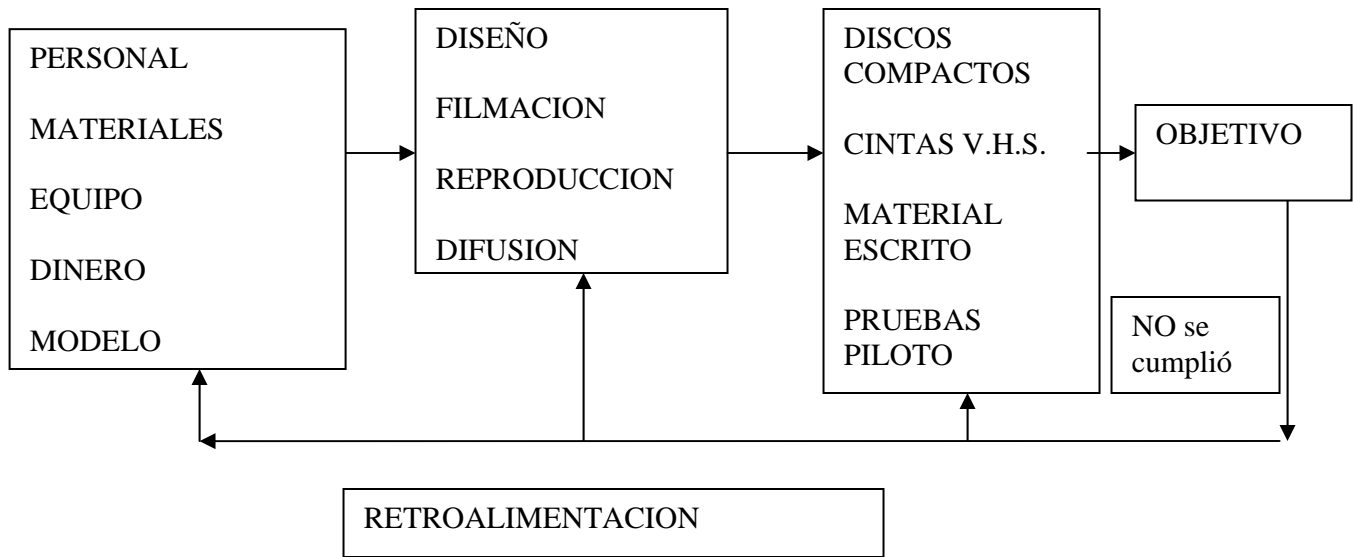
En el diagrama 1.2 siguiente presentamos los elementos que intervinieron en la conceptualización del proyecto de videos empresariales objeto de este trabajo, en el presentamos los elementos, su proceso y sus resultados en forma de un diagrama sistémico.

Esquema 1.3. Modelo sistémico de realización:

Insumos

proceso

productos



Elementos del sistema (equipo, personal, materiales, dinero, información, modelo del sistema y resultados)

Equipo iluminación, grabación, edición, reproducción, computo, impresión.

Personal grabar, editar, reproducir, redactor, guionista, corrector de estilo, impresor, coordinador, diseñador, impresor

Materiales cintas V. H. S., C. D., papel, cartón

Información softwares, libros, folletos

Resultados Discos compactos, cintas V. H. S., materiales escritos y resultados de pruebas piloto.

CAPITULO 2 FORMULACION Y REALIZACION DEL PROYECTO.

2.1 CONTENIDO DEL PROYECTO.

2.1.1 OBJETIVO ALCANCE Y PRESUPUESTO DEL PROYECTO

En el término de tres años, desarrollar materiales didácticos en discos compactos, en cintas V. H. S. y en material escrito que permitan comprender mejor los aspectos empresariales aplicados a la Administración y la Contaduría.

Resultado final esperado.

10 originales de casos empresariales en disco compacto, un disco compacto con guías para el maestro y 10 casos empresariales en cintas V. H. S. y 10 guías del profesor en papel.

50 juegos de cada uno de los productos antes descritos.

2.1.2 Duración del proyecto.

El proyecto se planeo para realizarse en tres años con trabajo parcial de los participantes en un promedio del 20% al año.

2.1.3 Presupuesto. (Materiales, equipo, personal, gastos).

Los materiales que se emplearon fueron cintas de grabación, cintas de reproducción, discos compactos, lámparas y pilas.

Cabe hacer la aclaración que el equipo empleado es propiedad de la Facultad de Contaduría y Administración como cámaras, editores de video y equipo de reproducción

no están considerados dentro del presupuesto, por lo que tendríamos que agregar estos costos en otro proyecto similar.

En el anexo 1 presentamos los equipos utilizados en la realización de la grabación de los videos empresariales en V. H. S.

En lo referente a la transferencia de los videos a disco compacto, todo fue pagado a un contratista que solo cobro la transferencia y fue con un proceso que se describe en su momento. El costo esta incluido en la partida de honorarios en el tercer año.

Personal empleado

Se utilizaron cuatro maestros y cuatro técnicos académicos, en tiempo parcial (20% al año) los cuales laboran en la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM los sueldos de este personal no estos considerados dentro del presupuesto. (Ver anexo 3).

Los gastos en los que se incurrieron durante la elaboración de los videos, comprenden transporte, alimentación y otros gastos que están incluidos en la partida viáticos.

Tabla 2.1. Presupuesto aprobado para ser ejercido en tres años fue el siguiente:

PARTIDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Honorarios Por servicios Profesionales	80,000	130,000	60,000	270,000
Viáticos	30,000	70,000	20,000	120,000
Libros	30,000			30,000
Impresiones	30,000	120,000	30,000	180,000
Servicios externos y comerciales	10,000	20,000	10,000	40,000
Artículos, materiales y útiles diversos	20,000	30,000	20,000	70,000
Total	200,000	370,000	140,000	710,000

En cada partida se considera los siguientes conceptos:

HONORARIOS POR SERVICIOS PROFESIONALES.

Definición: “Son los pagos hechos a terceros, que prestan sus servicios personales en apoyo a las funciones académicas en el libre ejercicio de una profesión, oficio o actividad técnica, mediante un contrato de naturaleza civil, por obra y tiempo determinados”.

VIATICOS PARA EL PERSONAL

Definición: “Son las erogaciones, conforme a las tarifas autorizadas en el Contrato Colectivo del Trabajo del Personal Académico de la UNAM vigente, por concepto de alimentación, hospedaje, prima de seguro por accidentes, transporte urbano y otros que pudieran ocasionar solo los viajes del personal académico, con relación al desarrollo del proyecto.”

PASAJES AEREOS

Definición: “Son las erogaciones para cubrir el servicio de transportación aérea del personal académico de la que participe en el proyecto”.

No se pagarán pasajes a participantes del proyecto ajenos al proyecto. Los pasajes aéreos solo podrán ser en clase turista.

EDICION DE LIBROS

Definición: “Son las erogaciones destinadas a cubrir la edición de libros, relacionados directamente con el proyecto”.

IMPRESIONES

Definición: “Son las erogaciones destinadas a cubrir los gastos de impresión de programas, folletos, invitaciones, tarjetas, carteles, mantas, papelería y otros relacionados directamente con el proyecto, excepto las impresiones de tesis de los participantes”.

SERVICIOS EXTERNOS Y COMERCIALES

Definición: “Son los gastos para la realización de investigaciones y análisis de laboratorio por la contratación de servicios de revelado y reproducción de material fílmico y fotográfico, así como aquellos otros compromisos originados por la reparación y mantenimiento de equipo adquirido con recursos del Programa”.

ARTICULOS, MATERIALES Y UTILES DIVERSOS

Definición: “Comprende las erogaciones para la adquisición de herramientas menores, refacciones accesorios, material biológico, reactivos y en general, todos aquellos artículos y bienes de consumo no duraderos (papelería, consumibles de cómputo, material de limpieza, etc.), necesarios para el desarrollo de actividades en oficinas, aulas, laboratorios y talleres”.

DOCUMENTOS Y SERVICIOS DE INFORMACION

Definición: “Son las erogaciones por servicios principalmente automatizados de información científica, humanística y tecnológica, así como para la adquisición de documentos primarios tales como: artículos de revistas, reportes e informes técnicos en fotocopias y micro formatos”.

EQUIPO E INSTRUMENTAL

Definición: "Son las erogaciones destinadas a la adquisición de equipo diverso, instrumental para laboratorio, equipo audiovisual, de energía eléctrica, de comunicaciones y para conservación y mantenimiento".

LIBROS

Definición: "Son las erogaciones para la adquisición de libros técnicos, científicos y literarios, así como videocasetes y discos compactos (CD ROM) destinados a bibliotecas, centros de información y oficinas".

2.1.4 PLANEACION DE ACTIVIDADES Y DURACION.

A continuación presentamos las actividades, la secuencia de las mismas y la duración de cada una de ellas necesarias para la realización de los videos empresariales objeto de este estudio, para que sirvan de referencia en proyectos posteriores similares.

ACTIVIDADES A DESARROLLAR.

1. Definición del objetivo educativo de los videos. Una semana
2. Áreas de conocimiento a desarrollar y campos empresariales a vincular. Una semana
3. Propuesta y aprobación de las empresas que se filmaran. 12 semanas
4. Redacción y aprobación del guión de filiación. 2 semanas

5. Planeación de la filmación. Requerimientos humanos, materiales y financieros, programación y presupuestación de la filmación de dos videos. 2 semanas
6. Entrevistas empresariales y filmación de 2 videos de ¾” 4 semanas
7. Formación Edición, musicalización de 2 videos empresariales, presentación y prueba piloto a maestros y alumnos 4 semanas
8. Planeación del documento de apoyo didáctico para el profesor para la utilización de 2 videos educacionales. 2 semanas
9. Redacción y revisión del manual para el maestro de dos videos. 4 semanas
10. Diseño e impresión de manuales para el maestro de dos videos. 2 semanas
11. Diseño de etiquetas, forros y fundas de cassetes de dos videos. 4 semanas
12. Elaboración de etiquetas, forros y fundas de dos videos. 2 semanas
13. Reproducción de 2 videos 50 ejemplares de cada uno y del manual del maestro correspondiente 4 semanas.
14. Entrevistas empresariales y filmación de 8 videos de ¾” 32 semanas.
15. Formación Edición, musicalización de 8 videos empresariales, presentación a maestros y alumnos. 16 semanas
16. Redacción y revisión del manual para el maestro de ocho videos. 16 semanas
17. Diseño e impresión de manuales para el maestro de ocho videos. 8 semanas
18. Diseño de etiquetas, forros y fundas de cassetes de ocho videos.8 semanas
19. Elaboración de etiquetas, fundas y forro de ocho videos.8 semanas
20. Reproducción de 8 videos y sus correspondientes manuales, 50 ejemplares de cada uno.6 semanas.

21. Diseño de texto interactivo para ser insertado en los casos empresariales en formato de disco compacto C. D. y elaboración de etiquetas. 8 semanas
22. Elaboración de videos en disco compacto interactivo con sus respectivas etiquetas. 8 semanas.
23. Reproducción de 50 discos compactos de los 10 videos empresariales y el respectivo manual del maestro en C. D. 2 semanas

Lo anterior podemos esquematizarlo en un diagrama conceptual ver anexo 2.

2.1.5 SELECCION DE EMPRESAS Y CRITERIOS DE SELECCION.

Para que los casos empresariales fueran representativos de las técnicas administrativas, contables y de informática, que se imparten en la F. C. A. de la UNAM. Era necesario seleccionar empresas de diferentes tamaños, sectores, ramas y por consiguiente de diferentes orientaciones, por lo que fijamos las siguientes variables para seleccionar las empresas.

Por su resultado: a) Bienes de consumo.
b) Servicios.

Por el tamaño:

- a. Grandes.
- b. Medianas.
- c. Pequeñas.
- d. Microempresas.

Por su sector:

- a. Públicas.
- b. Privadas.

Por su orientación:

- a. Hacia las utilidades.
- b. Hacia lo social.

Por ramas:

- a. Agrícola.
- b. Industrial.
- c. Servicios.

Debemos escoger empresas que por lo menos satisfagan el mayor número de variables.

En lo referente a las técnicas administrativas que se deberían analizar, nos propusimos las siguientes:

- a. Proceso administrativo.
- b. Áreas funcionales.
- c. Liderazgo.
- d. Financiamiento
- e. Organización.
- f. Espíritu emprendedor.

Para este proyecto se seleccionaron en un número de diez empresas haciendo primero un piloto de dos empresas, probarlo y después desarrollar las ocho restantes.

Tamaño. Nos orientamos a empresas básicamente medianas y pequeñas ya que es el mercado de trabajo al que principalmente se orientan los alumnos de la U N A M.

Ubicación. Básicamente en el D. F. dado que el presupuesto para viajes era limitado y el grueso de nuestros alumnos trabajaran en el Distrito Federal.

2.1.6 SELECCION DE LOS PARTICIPANTES EN EL PROYECTO.

Perfil requerido. Los maestros que participaran en el proyecto, deben tener conocimientos empresariales, conocimientos el área de administración, tener capacidad de comunicación y ser capaces de redactar documentos didácticos claros y concisos; en el caso de los técnicos académicos, estos deben tener experiencia en la elaboración de videos educativos así como capacidad creativa.

Los candidatos a los que nos orientamos son principalmente maestros de tiempo completo, que tengan experiencia en las áreas administrativas y empresariales, así mismo que tengan experiencia en el manejo de comunicación por medios visuales (elaboración de videos) así mismo deben haber experiencia en redacción de artículos, libros o ensayos.

El currículum vitae de los participantes seleccionados se presentan en el anexo 3.

2.1.7 CALENDARIZACION DE LAS ACTIVIDADES.

En el anexo 2 estamos presentando la duración de las actividades para el proyecto. La calendarización fue a partir de enero de 1998. En el mismo anexo presentamos la calendarización tentativa, sin considerar la huelga del 2000 en la UNAM. Todo el proyecto se retrazo dos años es decir en lugar de terminar en el 2001, terminamos en el 2003.

2.2 REALIZACION DEL PROYECTO

2.2.1 SELECCION DE EMPRESAS Y ARRANQUE DEL PROYECTO.

Con la cooperación de la CANACINTRA se realizo una lista de 95 empresas del Distrito Federal con nombre, dirección, contacto y teléfono, mismas que listamos en el anexo 4.

Se tomo contacto por la vía telefónica con ellas y se le propuso el plan de realizar videos empresariales teniendo la respuesta positiva de solo dos de ellas “YAKULT Y CARTON FENIX” por lo que concertamos una cita con ellos y con una carta firmada por el coordinador académico del proyecto arrancamos las actividades formalizando el compromiso de trabajo.

Acordamos la orientación que tendrían en cada caso el video en tanto a los aspectos académicos y de confidencialidad y procedimos a desarrollar los guiones.

2.2.2 ELABORACION DE GUIONES

Planteamiento del problema a analizar en la empresa seleccionada En las dos primeras empresas “YAKULT (fabricante de bebida con lactobasilo para la buena digestión) y CARTON FENIX (fabricante cartón)”, se busco analizar las áreas funcionales y como se desarrollan estas actividades en esas empresas. Se hizo un breve recorrido por los elementos del proceso Administrativo. Se escucho la opinión de los directivos y un mensaje a los estudiantes de la UNAM.

Las temáticas empleadas en los siguientes videos, fueron como sigue:

1. GUEVARA (fabrica de manteles, y telas para muebles) áreas funcionales y Planeación Estratégica, así como mensaje del Director de la empresa.
2. ESCUELA COMERCIAL NUÑEZ FRAGOSO. Se analiza el proceso Administrativo aplicado a una escuela. también contiene elementos de Manuales de Organización en una organización educativa.
3. VELAS SAN DIEGO S.A. de C. V. Tiene una orientación básicamente de áreas Funcionales en una fábrica de velas. Al final se establece la forma de montar una nueva instalación.
4. PORTACREDENCIALES DE MEXICO. En esta empresa se resalto el espíritu emprendedor y en los procesos artesanales de fabricación como se pueden planear adecuadamente su fabricación.
5. JARABE PERLA S.A. de C. V. Se recorren las áreas funcionales, dando gran énfasis a la función de ventas. también se revisaron los manuales de procedimientos.

6. ARENA FILMS Y LOS ANGELES FILMS S.A. de C. V. Se aplica la planeación a la elaboración de películas y venta de artículos promocionales, producto de la presentación de las películas.
7. SERVICIO EXPRESS DE IMPRESIÓN S.A. C. V. Aquí presentamos como en un negocio de offset, se planea y organiza las actividades de producción y ventas. también se da importancia a los manuales de organización.
8. INDUSTRIALIZADORA DE AMARANTO MOLOTLA. Se analiza en una empresa industrial agrícola y de Sociedad de Producción Rural los aspectos del Proceso Administrativo aplicados así como la identificación y aplicación de áreas funcionales.

Con las temáticas así establecidas, se procedió a realizar los guiones de grabación, los cuales se muestran en el anexo 5. Cabe hacer la aclaración que con base a la experiencia de los primeros siete guiones, se obviaron los tres últimos (INDUSTRIALIZADORA DE AMARANTO MOLOTLA. SERVICIO EXPRESS DE IMPRESIÓN S.A. C. V. ARENA FILMS Y LOS ANGELES FILMS S.A. de C. V.)

2.2.3 ESTABLECIMIENTO DE LAS PARTES QUE COMPRENDERA LA GRABACION

Antes de realizar la grabación debemos de hacer las siguientes actividades.

- a. Formulación de las preguntas formulación del guión de grabación.
- b. Aprobación del guión por parte de la empresa.
- c. Revisión del redactor de estilo.

- d. Plantación de la musicalización.
- e. Plantación de las imágenes de apoyo.

2.2.4 GRABACIÓN.

Para la grabación previmos lo siguiente:

- a. Selección de las locaciones.
- b. Preparación de las locaciones.
- c. Grabación de las entrevistas.
- d. Grabación de las imágenes.

2.2.5 EDICION DE VIDEOS.

Para la edición utilizamos la siguiente secuencia:

- a. Selección y clasificación del material grabado.
- b. Elaboración de ilustraciones graficas para el video.
- c. Selección de música y musicalizacion.
- d. Edición del video.
- e. Diseño de portadas.

2.2.6 REPRODUCCION DE VIDEOS

La reproducción de videos se hizo en las instalaciones de la Facultad de Contaduría y administración de la UNAM. Con el equipo que se listo en el anexo 1. Se reprodujeron 50 ejemplares de cada caso.

2.2.7 ELABORACION DE TEXTOS DE AYUDA AL PROFESOR

Diseño y planeación de los textos de ayuda al profesor.

Los textos para ayudar al profesor al emplear estos casos fueron pensados con la siguiente estructura para cada tipo de empresa.

- a. Planteamiento del problema.
- b. Instrucciones para el mejor aprovechamiento del material.
- c. Desarrollo del caso.
- d. Apunte adicional (en algunos casos).
- e. Bibliografía.

Después, se redactaron los cuadernos didácticos de ayuda al profesor y se realizo la revisión del material escrito y la aprobación del mismo.

2.2.8 IMPRESION DE TEXTOS

Se realizaron las siguientes actividades con un impresor externo.

- a. Formación de tipografía e ilustración de las mismas.
- b. Diseño de portadas.
- c. Revisión.

- d. Elaboración de master de impresión.
- e. Impresión.
- f. Recorte.
- g. Armado.
- h. Refinado.

2.2.9 REPETICION DEL ESQUEMA PARA LOS OCHO VIDEOS ADICIONALES.

Los ocho videos que se produjeron después, se siguió la misma metodología de los dos primeros con la salvedad que se atravesó la huelga de la UNAM por lo que las labores se retrazaron dos años. Continuamos con la elaboración de los videos a mediados del 2002.

2.2.10 ELABORACION DE TEXTOS DE C. D. INTERACTIVOS

Para que los casos en disco compacto puedan montarse en un servidor y utilizarse de material para educación a distancia, se requería que estos textos tuvieran un auto examen y que este pudiera ser enviado al tutor a distancia; era necesario redactar un cuestionario de evaluación y colocar en el mismo un mecanismo de interacción.

El mecanismo de interacción se estableció por medio de un vínculo a correo electrónico que enviaba las respuestas del cuestionario de evaluación como se muestra en los

productos correspondientes, en el anexo 6 se muestran los cuestionarios y en el anexo 7 los productos. La redacción del cuestionario fue hecha tomando como base la facilidad de contestación e interactividad. Todas las preguntas se pueden contestar viendo el video empresarial.

Una vez elaborados los cuestionarios se dieron a revisión y aprobación a personal con conocimientos pedagógicos para que los aprobaran.

En el anexo 6 se presenta el cuestionario de YAKULT. Y CARTON FENIX. Mismos que fueron piloteados en un grupo de alumnos de octavo semestres de la carrera de Lic.

En Administración de la F. C. A. de la UNAM con los resultados que se apuntan en el grafico estadístico. Cada C. D. tiene su propio cuestionario el numero de alumnos que contesto este cuestionario fue de 60 que es numero de alumnos promedio de los grupo de la F. C. A de la UNAM, en ese mismo anexo 6, se presentan los cuestionarios de los otros videos empresariales.

2.2.11 ELABORACION DE DISCOS COMPACTOS

Una vez que el material esta grabado en sistema V. H. S. se procede a transferirlo a un medio más moderno, en este caso fue a Discos compactos. A continuación presentamos la forma en que lo realizamos.

2.2.11.1 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN CD

DIGITALIZACIÓN DE LA SEÑAL DE VIDEO

Para digitalizar la señal en video, se realiza el siguiente procesamiento:

- a. Se limita la señal a un reproductor de video.
- b. Se conecta el reproductor (video casetera) a al entrada de un transductor de señal de video a señal digital (como por ejemplo el transductor del programa Macro media Director 7).
- c. La señal de transductor se alimenta al puerto paralelo de la CPU de la computadora.
- d. Se activa el programa de animación de video, por ejemplo: Studio Max, Video Director o Macro media Director Siete.
- e. Dependiendo del tiempo de duración del video será el tiempo que se lleve su proceso de digitalización.
- f. Un video de 30 minutos tardará aproximadamente 40 minutos en digitalizarse.
- g. Se convierte la señal digitalizada a formato de película (ya asea formato AVI o MPG), esto se llevará aproximadamente 25 minutos.

2.2.11.2 GRABACIÓN DE LA SEÑAL DE VIDEO DIGITALIZADA EN UN C. D.

Estando ya el video en formato MPG se precede a grabarlo en CD. Para esto se utiliza un grabador, “quemador” de una velocidad no menor a 4X.

El quemador puede ser interno (integrado a la CPU), o externo. Existen diferentes marcas de quemadores, lo importante es conocer la velocidad de grabación que esta en función del valor de x que se ve en las especificaciones.

La grabación se realiza por medio del quemado de la superficie metalizada del Disco Compacto por medio de un rayo láser.

La grabación de un video de 30 minutos tarda aproximadamente 20 minutos, con un tamaño de aproximadamente de 300 MB en disco y dependiendo de la velocidad de grabación.

2.2.11.3 PROCESAMIENTO DEL CUESTIONARIO.

Si el cuestionario ha sido elaborado en algún procesador de palabras (como por ejemplo Microsoft Word), deberá convertirse a texto en lenguaje HTML. Esto se realiza copiando el texto en el procesador de palabras y pegándolo en el block de notas del archivo HTML correspondiente. Como el formato del texto en el procesador de palabras no es el mismo que en el archivo HTML, deberá arreglarse el texto y dar los comandos necesarios para que sean leídos adecuadamente en pantalla.

2.2.11.4 EDICIÓN DEL VIDEO Y EL CUESTIONARIO Y GRABACIÓN DE LOS ARCHIVO HTML EN EL CD.

Se debe de crear un archivo HTML que “llame” tanto al archivo que contiene el video digitalizado como el archivo que contiene el cuestionario. Esta edición consiste en dividir la pantalla en dos partes, estableciendo entonces dos “marcos” o “frames” en este archivo. En el frame izquierdo se llama al video y en el derecho se llama al cuestionario. El nombre que se acostumbra dar a este archivo es el de Index. html.

Con el mismo grabador que se utilizo para grabar el video, se graban los archivos html. Para el cuestionario y la edición.

2.2.11.5 ORGANIZACIÓN DEL CD

Ya que se grabaron todos los archivos (el. MPG y los HTML), se procede a organizar el CD en el grabador para que pueda ser leído este en cualquier lector de CD-ROOM. Este procesa tarda, en condiciones ideales, de dos a tres minutos.

Nota importante: En la actualidad existen diversos tipos de softwares y harwares más modernos que simplifican la transformación de señales analógicas a digitales, lo cual seria objeto de un análisis adicional, que no esta comprendido en los objetivos de esta tesis así como tampoco tratamos el tema del montaje de estos productos en un servidor para educación a distancia. Sin embargo hemos puesto información al respecto para un uso posterior de este proyecto en otros relacionados con esta moderna técnica de educación como es la educación a distancia.

2.2.12 RESULTADOS FINALES.

En el anexo 7 – Encontraremos fotos de los productos finales.

10 videos en VHS.

10 guías didácticas para el profesor.

10 C. D. con cuestionario interactivo con guías para el profesor en C. D.

1 C. D. con guías para el profesor.

Se reprodujeron 50 ejemplares de cada uno.

2.2.13 ANÁLISIS COSTO BENEFICIO.

A continuación, permítaseme presentar un tentativo aproximado de los costos en los que incurrimos en este proyecto así como una estimación de los ingresos probables que se tendrán por la comercialización de estos videos, en el entendido que el objetivo primordial de este proyecto es académico y no económico.

TABLA 2.2 ANALISIS DE COSTOS VENTAS DE LOSVIDEOS EN V. H. S.

Concepto	formula	costo total
Maestros	3 maestros x sueldo promedio x 4 años x 10 meses x10% de tiempo	$3 \times \$20,000 \times 4 \times 10 \times 0.1 = \$240,000$
Técnicos Académicos	4 técnicos x sueldo promedio x 4 años x 10	$4 \times \$12,000 \times 4 \times 10 \times 0.1 = \$144,000$

	meses x 10% de tiempo	
Materiales	Ver presupuesto 2.1.3	\$710,000
Equipo	El costo del equipo no se considera ya que esta depreciado en otras aplicaciones.	
Costo total de 500 videos, 50 videos de cada empresa por diez empresas		\$1'094,000
Costo unitario	$\$1'094,000/500$	\$2188
Precio por video		\$3,000
Utilidad por video		\$812
Utilidad total de videos		\$406,000

TABLA 2.3. ANALISIS DE COSTO VENTAS DE LOS DISCOS COMPACTOS

Concepto	formula	costo total
Materiales	550 discos x \$10 c/u	\$5500
Reproducción	550 discos x 5	\$2750
Originales “masteres”	11 “masteres” x \$500 c/u	\$5,500
Costo total		\$13,750
Costo unitario	\$13,750/550	\$25
Precio de venta		\$50
Utilidad unitaria		\$25
Utilidad total	\$25 x 550	\$13,750

Aunque la utilidad por video en formato V. H. S. es mas alta su venta es mas difícil, en realidad, solo se vendieron 20 colecciones, lo cual arrojo utilidades por $20 \times 10 \times 812 = 16,240$. El resto se dono a Universidades.

En el caso de los C. D. se vendieron los 600 casos. Lo cual nos dio una utilidad de \$13,750. Aunque la ganancia fue menor, también fue menos el esfuerzo.

CAPITULO 3 CONTENIDO DE LOS VIDEOS EMPRESARIALES

3.1 MATERIAL EN FORMATO V. H. S.

A continuación presentamos un breve resumen de los contenidos de los videos empresariales grabados en formato V. H. S. para que se tenga una idea de la orientación que se les dio a los mismos; así como el sentido académico de aplicación que se les puede dar. En las guías para el maestro se da mayor información al respecto.

3.1.1 ARENA FILMS Y LOS ÁNGELES FILMS S.A. DE C. V.

Es una empresa productora de películas, en el video se muestran los pasos que se siguen para la elección del libreto, la filmación y la distribución de la misma, formas para obtener recursos financieros, la importancia de los patrocinadores para la obtención de estos recursos, las diferentes formas de administración, contabilidad, promoción y comercialización de las películas y como este negocio ha impulsado a otros como el de la producción y distribución de dulces y de merchandising, (que en este caso lo realizan haciendo juguetes promocionales de las películas).

Los videos (casos prácticos) pueden ser útiles para diferentes materias dependiendo el enfoque que cada profesor le quiera dar.

El video muestra la forma como el Sr. Ramón Cerro ha incursionado en todos estos negocios, el caso práctico se ubico en la materia de liderazgo, por lo que se recomienda

que el profesor consulte la guía escrita, (anexo 7) para el mejor aprovechamiento del mismo.

3.1.2 CARTÓN FÉNIX S.A. DE C. V.

La empresa Cartón Fénix S.A. de C. V. Tiene como función principal la elaboración de cartón y derivados.

El video contempla las cuatro principales áreas de la administración: finanzas, mercadotecnia, producción y recursos humanos.

En el **área de finanzas** se trata el tema de los fondos de apoyo que existen en el país y los obstáculos que se deben de vencer para acceder a los mismos.

En el **área de mercadotecnia** y ventas nos presentan sus estrategias de ventas en forma muy concreta.

En el **área de producción**, se hace un recorrido muy detallado del proceso productivo del cartón.

En cuanto al **factor humano** se establece el perfil de su personal a partir de los valores que maneja la empresa.

Este material, sirve de apoyo para las materias de administración, planeación estratégica y áreas funcionales de la administración.

3.1.3 ESCUELA COMERCIAL NÚÑEZ FRAGOSO

En este video el alumno puede conocer y analizar las funciones, estructura orgánica y procedimientos de administración escolar aplicados a una escuela privada con niveles de bachillerato, carreras técnicas y licenciaturas en contaduría y administración.

Así mismo el video presenta los elementos de mercadotecnia y de operaciones para la implantación en un futuro próximo de las carreras de informática, mercadotecnia y derecho.

El material es de gran utilidad para los estudiantes de las licenciaturas de Administración, Contaduría e Informática, ya que les permite conocer el funcionamiento de una empresa que ofrece un servicio educativo, la manera como esta organizada, y como realiza las funciones de las áreas específicas de una organización.

El video contiene una guía escrita (anexo 7) que apoya a las materias de **Administración: Administración I** (Marco Conceptual de la Administración), **Administración II** (Proceso Administrativo), **Administración III** (Manual de Organización) y **Administración IV** (Manual de Procedimientos).

3.1.4 GEBARA S.A. DE C. V.

La empresa Guevara S.A. de C. V. es una entidad socioeconómica encargada de la fabricación y comercialización de tela de tapices para muebles, manteles finos y cortinas, se trata de una empresa familiar que cuenta con diferentes áreas funcionales de una organización: **mercadotecnia, recursos humanos, finanzas y administración general.**

Cada una de ellas tiene diferentes funciones y todas se encuentran relacionadas entre sí.

El video muestra en forma detallada el proceso de producción de las telas, la forma como se realiza el control de calidad, como se determinan los precios y desarrollan los nuevos diseños de las telas. Cabe destacar, que es una empresa que vende directamente a los fabricantes de ropa a corporaciones en el caso de manteles, por lo que sus telas no se comercializan directamente al consumidor final.

Los videos (casos prácticos) pueden ser útiles para diferentes materias dependiendo el enfoque que cada profesor le quiera dar.

Este material puede ser de gran utilidad para el Licenciado en Administración, Licenciado en Contaduría y el Licenciado en Informática, ya que permite conocer el funcionamiento de una empresa en las cuatro áreas antes mencionadas.

El caso será tratado conforme a la planeación estratégica, por lo que se recomienda que el profesor consulte la guía escrita (anexo 7) para el mejor aprovechamiento del mismo.

3.1.5 JARABE PERLA S.A. DE C. V.

La empresa de Jarabe Perla S.A. de C. V. es una organización que fabrica y comercializa jarabe natural y de granadina que se utiliza en la preparación de cócteles, para endulzar bebidas de cualquier tipo, y en la industria de confitería y repostería, cuenta con diferentes áreas funcionales: finanzas, mercadotecnia, recursos humanos y administración general. Cada una de ellas tiene diferentes funciones y todas se encuentran relacionadas entre sí.

El video muestra en forma detallada la administración de la empresa, y las funciones que se realizan dentro de sus áreas funcionales como el proceso de producción de los jarabes y la forma como se realiza el control de calidad, entre otras.

Se puede analizar, evaluar y obtener conclusiones con la información obtenida en el video grabado.

Existe la posibilidad de ser tratado en forma independiente para la resolución de problemas específicos en las áreas de Administración, Recursos Humanos, Mercadotecnia, Finanzas y Producción.

Uno de los proyectos más importantes para la empresa en este momento, es el incursionar en el mercado de consumo con dos productos:

- a) Jarabe de maple.
- b) Jarabe de granadina como alimento para colibrí.

Para desarrollar cualquiera de estos proyectos requiere de: financiamiento, ampliación o cambio de local, modernizar la planta productiva y agregar personal para la distribución y venta de los nuevos productos.

El video tiene la ventaja que se puede orientar a los lineamientos de un Proyecto de inversión, ya que este incluye una guía escrita que puede ser de gran utilidad para el mejor aprovechamiento del material.

3.1.6 INDUSTRIALIZADORA DE AMARANTO MOLOTLA S. P. R DE R. L.

Es una empresa rural productora y distribuidora de productos de amaranto, apoyada por el FONAES (Fondo Nacional de Ayuda a Empresas Sociales) organismo gubernamental que ha apoyado a diversas organizaciones de zonas de escasos recursos, en la capacitación, obtención de recursos y comercialización.

El video muestra en forma detallada, los apoyos que brindan este organismo, así como una panorámica general de la organización, estructura, producción, finanzas, personal y comercialización de los productos elaborados por la empresa Molotla.

El video puede ser muy útil para diferentes materias dependiendo el enfoque que el profesor le quiera dar, en especial puede servir en las materias de Creación de Empresas; se recomienda que el profesor consulte la guía escrita, (anexo 7) para el mejor aprovechamiento del video.

3.1.7 PORTACREDENCIALES DE MÉXICO S.A. DE C. V.

La empresa Porta credenciales de México S.A. de C. V. fue idea y producto de un alumno que se titulo a través del Seminario “Creación y Promoción de Empresas” impartido en la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.

Es una microempresa que fabrica y comercializa porta credenciales, billeteras, carpetas promocionales, llaveros en piel o en plástico.

El video presenta la problemática de una microempresa en ventas, producción, mercadotecnia y factor humano, así como la forma en que este empresario ha resuelto los problemas de su negocio y las herramientas administrativas que ha empleado.

Se observa también el medio ambiente en el que trabaja una pequeña empresa y como optimiza sus recursos.

Lo que se presenta en este video es un fiel ejemplo de lo que en México acontece en el 98% de nuestra industria.

El video contiene una guía escrita (anexo 7), enfocada a las áreas funcionales de la administración.

3.1.8 SERVICIO EXPRESS DE IMPRESIÓN S.A. DE C.V.

La empresa Servicio Express de Impresión S.A. de C. V., es una organización de artes graficas, principalmente en la impresión, servicio de diseño grafico, impresión en offset, formas continuas e impresión digital.

Cuenta con tres áreas funcionales:

Área Administrativa (Finanzas y Recursos Humanos), Área de Mercadotecnia y Área de Producción.

La empresa tiene dos proyectos importantes:

- a. Posicionarse dentro del mercado de impresión digital.
- b. Buscar ¿Cuáles serian las posibilidades de expansión en la zona del Bajío?

El video muestra en forma detallada la administración de la empresa, las funciones que se realizan en cada uno de sus departamentos, las diferentes formas de control de producción y ventas, etcétera.

La orientación que se da en el caso practico y que se presenta en la guía escrita (Anexa 7), es la evaluación como proyecto de inversión.

3.1.9 VELAS SAN DIEGO S.A. DE C. V.

Velas San Diego S.A. de C. V. es una empresa encargada de la fabricación y venta de velas de todo tipo. Es una empresa que muestra como vincular las costumbres religiosas de nuestro pueblo con un negocio prospero de fabricación.

En el video se muestra como se conjuga maquinaria y factor humano para lograr productos de consumo popular de alta creatividad en diseño.

El proceso de fabricación aunque sencillo, se observa los aspectos de sistematización productiva. La administración aplicada a este tipo de negocios es necesaria para la optimización de las operaciones y el incremento de las utilidades de la empresa.

La orientación que se da en el caso práctico presentado en la guía escrita (anexo 7) es el de Plan de Exportación.

3.1.10 YAKULT S.A. DE C. V.

La empresa Yakult S.A. de C. V. se encarga de la fabricación y comercialización de un producto lácteo denominado Yakult, que elaborado a base de lactobasilos, la función principal de este producto, es la de mejorar la salud de la población y combatir las enfermedades gastrointestinales.

El video muestra en forma detallada la elaboración del producto, explicando cada una de las etapas de su proceso. La forma como la empresa ha obtenido sus recursos financieros, y en el área de mercadotecnia, se ve la importancia de la distribución de los productos “casa por casa” (cambaceo).

Se destaca también la filosofía que rige el funcionamiento y el manejo del personal de la empresa.

Este material, puede ser de gran utilidad para las licenciaturas en Administración, Contaduría e Informática; puede ser avaluado y analizado en cada una de las áreas funcionales; y si usted quiere dar una visión general de la forma como se administra una empresa se recomienda consultar la guía escrita (anexa 7) para el profesor.

Cabe hacer la aclaración que a lo largo del video, se va separando la presentación de cada una de las áreas funcionales (producción, mercadotecnia, recursos humanos y finanzas) así como el proceso administrativo (plantación, organización, dirección y control). Para que el alumno separe perfectamente cada una de estos conceptos.

3.2 MATERIAL EN FORMATO C. D.

El contenido es el mismo que en formato V. H. S. solo se le agrego cuestionarios para los alumnos con un formato para responder las preguntas y ser enviado por Internet y las guías para el maestro se grabaron en un C. D. en formato P. D. F. (anexo 7)

3.3 MATERIAL EN D. V. D.

El material en programas Master en BETACAM S. P. se paso a formato D. V. D. utilizando grabador marca Pionner Modelo PRV-LX1. Presentándose el material en el anexo 7

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1 CONCLUSIONES DE CARÁCTER ACADÉMICO:

4.1.1 GUIAS ESCRITAS PARA EL PROFESOR PARA EL EMPLEO DE LOS VIDEOS EMPRESARIALES.

Los documentos impresos que se utilizan como guía de los videos empresariales, en los últimos dos años han demostrado que son de fácil utilización para los maestros que los han empleado. Según consta en los registros del área de audiovisuales de la F. C. A. de la UNAM se han utilizado las guías un promedio de 4 por semana durante 2 años, 10 meses por año y cuatro semanas por mes promedio con un total de 320 presentaciones. Se entrevistaron alrededor de 30 maestros y su opinión fue que las guías escritas eran sistémicas y relacionadas con la realidad académica y empresarial.

El cuestionario fue muy sencillo solo se le pregunto al maestro si existía congruencia entre el material escrito la realidad empresarial y la relación con la materia que impartía.

En todos los casos los entrevistados sus respuestas fueron positivas.

4.1.2 VIDEO EMPRESARIALES.

Ha sido una opinión reiterada de los maestros y alumnos que han utilizado los videos que estos están realizados muy profesionalmente y que su relación con la función empresarial es muy clara. De las pruebas piloto realizadas en la Facultad podemos concluir que:

Se observa que en el caso de YAKULT, lo que mejor se entendió fue lo referente a administración, en CARTON FENIX también pero lo que menos se comprendió fue lo referente a recursos humanos.

En promedio la encuesta reflejo que un 72% del contenido académico de las preguntas, se contestaron en el video, que solo el 20 % de las mismas no se contesto y un 8% de lo que se observo no aplica.

Cabe hacer la aclaración que el cuestionario fue elaborado en base a las preguntas que se les hizo a los entrevistados por lo que todo esta contestado en el video.

En el evento mismo, se dieron diferentes preguntas de parte de los asistentes a mi persona respecto al interés que despertaba en ellos por este tipo de recurso didáctico; en el sentido de su utilidad y facilidad de comprensión de los aspectos empresariales y administrativos Así mismo los videos les dan a conocer fortalezas y debilidades de sector empresarial de México.

Los cuestionarios y los datos numéricos de esta conclusión están en el anexo 6.

4.1.3 VIDEOS Y MATERIAL DEL PROFESOR EN DISCO COMPACTO.

Al emplear tecnologías mas avanzadas de comunicación como son los C. D; la utilización de estos videos, se puede difundir para mas personas al mismo tiempo e individualmente lo

pueden ver en sus equipos de cómputo. La dificultad que se presenta al tener los videos en este medio es que no todas las personas tienen computadora personal, pero utilizando los sistemas de educación a distancia, se puede llegar a un mayor número de personas y en lugares distantes.

Lo anterior se logra poniendo este material en línea en servidores utilizados en educación a distancia. Actualmente en el Sistema Abierto de la F. C. A. se están empleando con gran éxito.

Por otra parte al tener los materiales del maestro en C. D. no se gasta papel y el costo de impresión se elimina. Así mismo se pueden consultar todos los materiales al mismo tiempo y hacer una selección mas racional de que video ver.

4.2 CONCLUSIONES RESPECTO A DIDACTICA, ENSEÑANZA, APRENDIZAJE Y METODOS AUDIVISUALES.

Tomando como base los cuatro componentes de una teoría prescriptiva de aprendizaje.

- a) Descripción del estado de conocimiento a adquirir;
- b) Descripción del estado inicial con el cual comienza el estudiante.
- c) Especificación de las intervenciones que pueden ayudar al estudiante a ir de su estado inicial al estado deseado, y
- d) Evaluación de resultados de aprendizaje específico y generalizado.

Estoy cierto que los videos cumplen con estos principios por lo que en una investigación posterior seria posible evaluar esta opción como una posible tesis.

Por otra parte podemos señalar que la psicología educativa trata de cuestiones tales como:

- a. El proceso de aprendizaje y los fenómenos que lo constituyen como la memoria, el olvido, la transferencia, las estrategias y las dificultades del aprendizaje.
- b. Los determinantes del aprendizaje, partiendo del estudio de las características del sujeto cognoscente: disposiciones cognitivas, afectivas y de personalidad que pueden influir en los resultados del aprendizaje; la enseñanza y desarrollo del pensamiento, implicaciones educativas; y los alumnos con necesidades especiales.
- c. La interacción educativa existente entre maestro-alumno, alumno-alumno, maestro-alumno-contexto educativo, así como la educación en el ámbito familiar, la estructura y proceso del aula como grupo, y la disciplina y control en la clase.
- d. Los procesos de instrucción: procesos psicológicos de la instrucción, instrucción y desarrollo, objetivo de la instrucción, la enseñanza individualizada, la evolución psicoeducativa y el proceso escolar.

Creo sin poderlo demostrarlo que en la psicología educativa los principios antes apuntados, se cumplen en la aplicación de los videos empresariales educativos.

Lo anterior será necesario demostrarlo por alguien especializado en el tema.

Por ultimo los métodos lógicos o del conocimiento que son mostrados en la tabla

Son aplicables en el uso de los videos empresariales.

4.3 CONCLUSIONES SOBRE LA PARTICIPACION DEL SECTOR INDUSTRIAL EN LA EDUCACION SUPERIOR.

Las facilidades ofrecidas por los empresarios que participaron en este proyecto, es digna de reconocimiento pero hay que dejar claro que no fue sencillo lograr esto dado que de empresas visitadas solo 2 quisieron participar en la primera etapa como se muestra en el anexo – para la segunda etapa lo que hicimos fue acercarnos a empresarios conocidos por los participantes en el proyecto siendo mas sencillo lograr que los empresarios participaran.

Los comentarios vertidos por los empresarios, creemos que son de gran utilidad para desarrollar el sentido empresarial y las dificultades inherentes de ser empresario. Por otro lado como herramienta de enseñanza de las aplicaciones practicas de la Administraciones también es de utilidad indudable.

Por ultimo este material demuestra sin lugar a dudas que facilita la vinculación empresarial con los sistemas educativos superiores.

CONCLUSIONES GENERALES

El haber dejado pasar tanto tiempo para recibirme de esta maestría me permitió acumular experiencia en el área, de tal forma que el documento que estoy presentando es producto no solo de conocimientos técnicos sino de una profunda reflexión de cómo se ha modificado el ámbito de los sistemas, los medios audiovisuales y la forma de transmitir el conocimiento de tal forma que el tener la oportunidad de vivir todo esto hace que me comprometa aun mas con esta especialidad.

Vaya en este mismo sentido un profundo reconocimiento a la Universidad Iberoamericana y a sus autoridades, maestros y en particular al Maestro PEDRO SOLARES SOTO por su apoyo y confianza.

**ANEXO 1 LISTA DE EQUIPO UTILIZADO EN LA PRODUCCIÓN DE LA
SERIE DE VIDEOS PAPIME**

NÚMERO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MARCA	MODELO
1	1	Cámara de video	SONY	DCX-537
2	1	Videograbadora tipo camcorder, formato betacam	SONY	PVV-3
3	1	Micrófono de mano	SHURE	BETA 58
4	1	Micrófono de solapa	SHURE	BETA 58 mini
5	1	Tripeé para cámara	LIBEC	CASE SC-7
6	1	Foro para grabaciones		
7	1	Consola mezcladora de audio de 16 canales	YAMAHA	GF-16/12
8	1	Generador de caracteres	MATROX	CGS-scriber
9	1	Generador de efectos digitales	SONY	DFS-500
10	1	Video tape recording	SONY	PVW-2800
11	1	Video tape playing	SONY	PVW-2600
12	1	Reproductor grabador digital de mini discos	SONY	MDS-B5
13	1	Reproductor de discos compactos	TASCAM	CD-401
14	1	Consola mezcladora de audio de 12 canales	MACKYE	1202
15	1	Amplificador distribuidor de audio y video	SONY	
16	2	Amplificador de potencia de audio	CROWN	D-75
17	1	Monitor portátil	SONY	PVM-1342-Q
18	1	Vectorscopio	videotex	1420

19	1	Monitor en forma de onda	videotek	TSM-5-A
20	1	Control de edición	SONY	PVE-500
21	1	Monitor de previo	SONY	PVM-1342Q
22	1	Monitor de programa	SONY	PVM-1342Q
23	2	Par de monitores de audio	JBL	CONTROL 5

ANEXO 2 PLANEACION DE ACTIVIDADES Y DURACION.

1. Definición del objetivo educativo de los videos. Una semana
2. Áreas de conocimiento a desarrollar y campos empresariales a vincular. Una semana
3. Propuesta y aprobación de las empresas que se filmaran. 12 semanas
4. Redacción y aprobación del guión de filiación. 2 semanas
5. Planeación de la filmación. Requerimientos humanos, materiales y financieros, programación y presupuestación de la filmación de dos videos. 2 semanas
6. Entrevistas empresariales y filmación de 2 videos de ¾” 4 semanas
7. Formación Edición, musicalización de 2 videos empresariales, presentación y prueba piloto a maestros y alumnos 4 semanas
8. Planeación del documento de apoyo didáctico para el profesor para la utilización de 2 videos educativos. 2 semanas
9. Redacción y revisión del manual para el maestro de dos videos. 4 semanas
10. Diseño e impresión de manuales para el maestro de dos videos. 2 semanas
11. Diseño de etiquetas, forros y fundas de cassetes de dos videos. 4 semanas
12. Elaboración de etiquetas, forros y fundas de dos videos. 2 semanas
13. Reproducción de 2 videos 50 ejemplares de cada uno y del manual del maestro correspondiente 4 semanas.
14. Entrevistas empresariales y filiación de 8 videos de ¾” 32 semanas.
15. Formación Edición, musicalización de 8 videos empresariales, presentación a maestros y alumnos. 16 semanas
16. Redacción y revisión del manual para el maestro de ocho videos. 16 semanas

17. Diseño e impresión de manuales para el maestro de ocho videos. 8 semanas
18. Diseño de etiquetas, forros y fundas de cassetes de ocho videos.8 semanas
19. Elaboración de etiquetas, fundas y forro de ocho videos.8 semanas
20. Reproducción de 8 videos y sus correspondientes manuales, 50 ejemplares de cada uno.6 semanas.
21. Diseño de texto interactivo para ser insertado en los casos empresariales en formato de disco compacto C. D. y elaboración de etiquetas. 8 semanas
22. Elaboración de videos en disco compacto interactivo con sus respectivas etiquetas. 8 semanas.
23. Reproducción de 50 discos compactos de los 10 videos empresariales y el

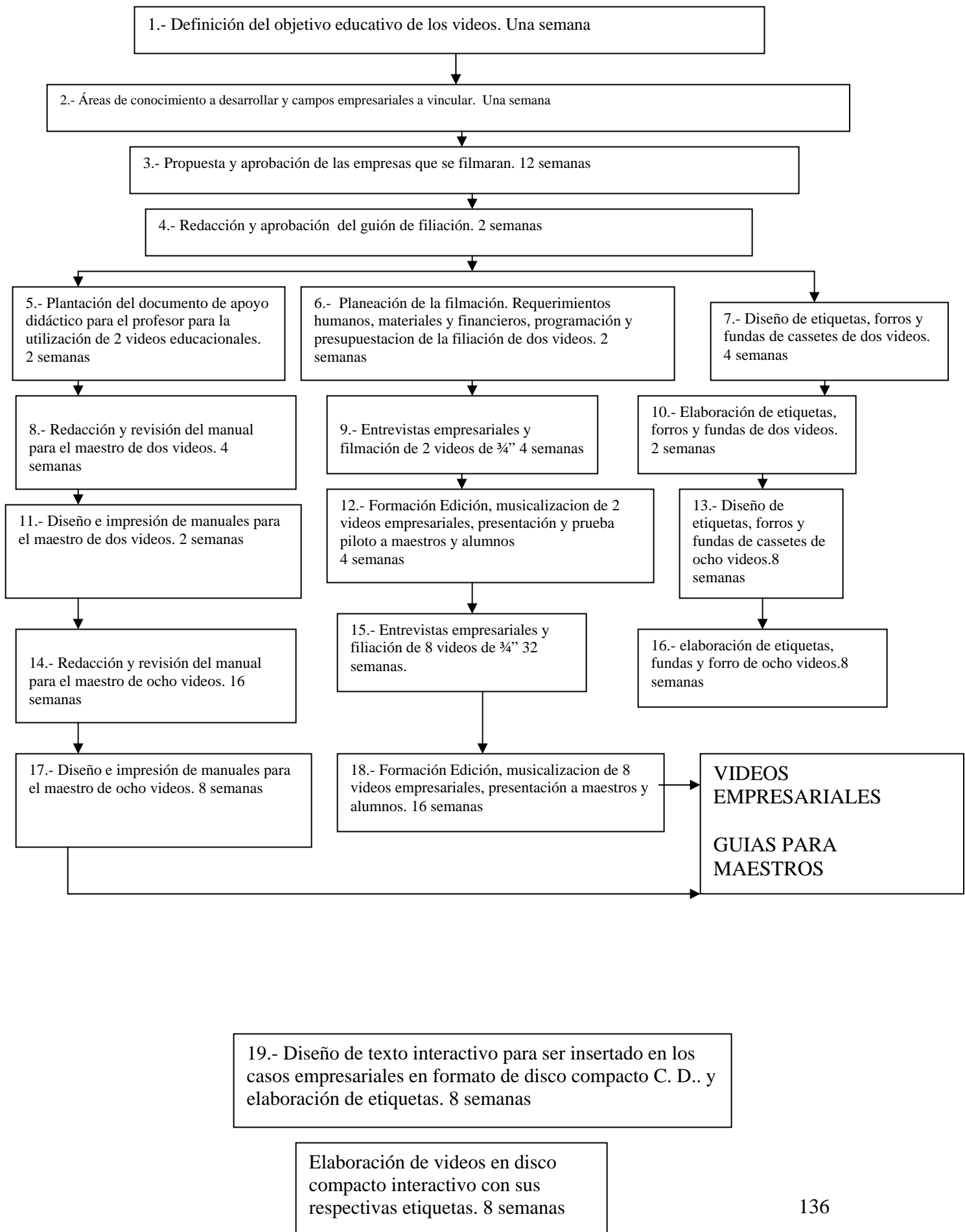


Tabla anexo 2.1. CALENDARIZACION

año	1998				1999			
trimestre	1	2	3	4	1	2	3	4
meses	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3
semanas	0-12	13-25	26-38	39-51	52-64	65-77	78-90	91-103
acum.								
activ.								
1 P	+							
R	0							
2 P	+							
R	0							
3 P	+++++	++						
R	0000000000	00						
4 P		++						
R		00						
5 P		++						
R		00						
6 P		++++						
R		0000						
7 P		++	++					
R		00	00					
8 P			++					
R			00					
9 P			++++					
R			0000					
10 P			++					
R			00					
11 P			++	++				
R			00	00				
12 P				++				
R				00				

13 P				++++				
R				0000				
14 P				++++	+++++	+++++	++++	
R				0000	000000000000	000000000000	0000	
15 P							+++++	+++++
R							00000000	00000000
16 P								++++
R								0000

Tabla anexo 2.1. CALENDARIZACION

año	2000				2001	2002				2003			
trimestre	1	2	3	4	1	1	2	3	4	1	2	3	4
meses	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,23	1,23
Semanas acumuladas	104-116	117-129	130-142	143-155	156-168,169-181	208-220	221-233	234-246	247-259	260-272	273-285	286-298	299-311
Actividades.													
16 P	+++++	++++											
R	HUELGA	HUELGA	HUELGA	HUELGA			000000000000	0000					
17 P		+++++											
R								00000000					
18 P			+++++										
R									00000000				
19 P			++++	++++									
R									0000	0000			
20 P				+++++									

R										000000			
21 P				++	++++++								
R										00	000000		
22 P					+++++++								
R											000000	00	
23 P					++								
R												00	

P+= ACTIVIDAD PLANEADA. En semanas

R=0=ACTIVIDAD REAL. En semanas.

Se ha considerado un promedio de 4 semanas por mes, 12 semanas por trimestre.

ANEXO 3 CURRICULUMS

ADRIAN MENDEZ SALVATORIO

CURRICULUM

Licenciado en Administración por la F. C. A. – U.N.A.M. postgrado en Administración de Empresas Públicas por la Escuela Interamericana de Empresas Públicas de la Fundación “GETULIO VARGAS” de Río de Janeiro, Brasil. Tres diplomados por parte del ITAM. Maestro en Administración (organizaciones) por la F. C. A. – U.N.A.M. Catedrático por oposición en la F. C. A. desde 1973, impartiendo diversas asignaturas de Administración tanto en nivel Licenciatura como Postgrado. Actualmente cuenta con la definitividad como Profesor de Carrera Titular “C” de tiempo completo a través de concurso de oposición cerrado. Fundador del área de Banca de Seminarios de Titulación, profesor de un diplomado en el ITAM. Diversos cargos en el área de Recursos Humanos, Mercadotecnia, Tarjetas de Crédito, Fiduciario Banamex. Director General del Despacho de Consultores Crecimiento Organizacional, S. C. Actualmente: Jefe de la División de Administración en la F. C. A. –U.N.A.M. Director Editorial de la Revista Emprendedores de la F. C. A. –UNAM. Director del Programa Emprendedores de la F. C. A. –U.N.A.M. Miembro de la Comisión Dictaminadora del PRIDE dentro de la E.N.P. Miembro de la comisión Dictaminadora de Técnicos Académicos. Miembro de la Comisión Dictaminadora del PRIDE de la F. C. A...-U.N.A.M

ANTONIO CASTRO MARTINEZ

CURRICULUM

Licenciatura: Ingeniero Mecánico Electricista Otros estudios Instituto Panamericano curso AD – 01 de Alta Dirección de Empresas de México. Universidad de Arlington Texas Análisis de Redes por Computadora. Instituto Tecnológico de Monterrey Mercadotecnia Moderna la Estrategia de Competitividad Internacional. Centro Nacional de Productividad Simplificación del Trabajo Supervisor I. E. E. E. Programación para Ingenieros. UNAM cursos sobre Didáctica. Experiencia profesional Comisión Federal de Electricidad. Condumex Asesor Técnico de la Contraloría.

Indael S.A. Gerente de Ventas. Comité Consultivo Nacional de Normalización de la Industria Gerente Ejecutivo. Secretaría de Patrimonio y Fomento Industrial.

Jefe del Departamento de Promoción, Difusión e Información. Secretaría de Energía, Minas e Industria Paraestatal. Contraloría Interna Subdirector de Evaluaciones Especiales. Pentamex Gerente de Ventas de Radiocomunicaciones. Telemantia s.a. Gerente de Telemarketing. Consultor Independiente NAFINSA, BANCOMEXT, UNAM, UVM, UPICSA, SEGUMEX.

F. C. A. Coordinador del programa emprendedores, jefe del departamento de operaciones, adquisiciones y abastecimiento experiencia docente maestro invitado en la universidades de: autónoma de zacatecas, autónoma de chiapas, autónoma de veracruz, autónoma e aguascalientes y otras.

LAURA FISCHER DE LA VEGA

CURRICULUM

Licenciada en Administración de Empresas de la Facultad de Contaduría y Administración de la U.N.A.M. 1974. Maestra en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales U.N.A.M. 1999 Coordinadora de Mercadotecnia de la F. C. A. De Contaduría y admón. de la UNAM de 1979 a 1991 y de 1995 a 1998 Subdirectora de mercadotecnia en la Dirección General de Información de la UNAM de 1998 a febrero del 2000 Coordinador Institucional para el mejoramiento de la enseñanza (elaboración de videos y material didáctico para la carrera de Administración) De marzo del 2000 a 2001. Coordinadora de Proyectos Especiales de la división de Administración de 2002 a la fecha Profesora de Asignatura “A” de la materia Administración de la distribución (mercadotecnia), desde 1975 Profesor Titular B de Tiempo Completo Definitiva de 2001 a la fecha Directora de tesis desde 1976 en el área de Mercadotecnia. Participante en exámenes profesionales de la U.N.A.M. e incorporadas, desde 1976. Miembro de la Comisión Dictaminadora de Cuautitlán en 1981. Miembro de la Comisión Dictaminadora de del área de Mercadotecnia de 1984 a 1989. Profesora participantes en la elaboración de las materias de Mercadotecnia I, II, III, Mercadotecnia y Mercadotecnia Internacional del Plan de Estudios de 1985, 1993 y 1998. Profesora asociada “B” de medio tiempo en el área de Comercialización en la UAM Iztapalapa de 1984 A 1987. Profesora invitada en diferentes seminarios en el extranjero (Hondura, Ecuador, Nicaragua, Panamá y Venezuela). Conferencista en diversas partes de la República Mexicana Articulista de la revista Emprendedores de la FCA UNAM, de la revista Contaduría y Administración (investigación), Mundo Ejecutivo, Adminístrate Hoy Autora del libro “MERCADOTECNIA” primera y segunda edición, Editorial MC.

Graw Hill. Coautora del libro “INTRODUCCION A LA INVESTIGACION DE MERCADOS” 1ª, 2ª, y 3ª edición, Editorial Mc. Graw Hill Coautora del libro “INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, TEORIA Y PRACTICA”, Ed. Independiente 2000 Coautora el libro “CASOS DE MARKETING” Editorial Pearson Educación 2002.

MARIA DEL CARMEN MARQUEZ GOZALEZ

CURRICULUM

Es licenciada en Ciencias de la Comunicación. Fue supervisora de edición de las publicaciones periódicas editadas por la FCA – UNAM. Fungió como reportera de diversos eventos, redactando gran número de artículos publicados y divulgados a nivel nacional, sobre las actividades académicas de la FCA – UNAM. Fue Secretaria Ejecutiva y miembro del Consejo Editorial de la FCA – UNAM. De 1989 a 1993 ocupó el cargo de Coordinadora de Producción Editorial. Teniendo bajo su cargo la edición de las publicaciones de la FCA. De 1994 a 1997. Fue editora de la gaceta FCA – UNAM donde realizó todas las labores de edición. De 1994 a 1996 formó parte del Comité Ecológico siendo responsable de la divulgación del Programa de Mejoramiento Ecológico de la Facultad. De enero de 1998 a la Fecha es Coordinadora de Publicaciones y Fomento Editorial teniendo a su cargo los departamentos de diseño, procesos técnicos, fotografía y la edición de todas las publicaciones de la facultad. De 1998 a la fecha participa en el Comité de Comunicación Universitaria. Es coautora del Proyecto de Creación del Fondo editorial. Profesor de asignatura A de la materia Metodología de la Investigación.

ALBERTO CACIQUE CRUZ

CURRICULUM

Trabajo desde 1989 a la fecha en la F. C. A. De Contaduría y Administración UNAM. Como productor de videos, responsable técnico de la sala de Videoconferencia y eventos especiales. Licencia en Administración por la FCA – UNAM 1990 Redactor y reportero gráfico de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García. Diplomado en docencia en la FCA – UNAM. Técnico Académico Asociado C tiempo completo definitivo en el área de Administración.

NETZAHUALCOYOTL MIGUEL ÁNGEL JARA VEGA.

CURRICULUM

Es técnico profesional en ciencias de la comunicación.

Practicas profesionales en el proyecto de comunicación participativa y difusión cultural.

EXPERIENCIA PROFESIONAL. UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.

Técnico Académico Auxiliar. C. T. C.

Productor de Televisión en la Unidad de Métodos Audiovisuales.

Área Educativa. Facultad de Contaduría y Administración.

1987-1992. Producción de programas y promocionales en materia contable, administrativa y de informática.

Apoyo para el programa “Consultorio Fiscal” red IMEVISION Canal 13.

Realización de promocionales de Radio y Televisión para la División de Estudios de Postgrado y de Educación Continua de la Facultad de Contaduría y Administración.

Coordinación de producción en el curso de formación docente mediante el Satélite Morelos.

Realización de Programas para el Satélite Morelos:

Realización de programas para la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, Dir. Gral. De Salud Animal. Organizado por la Sociedad Mexicana de Psicología siglo XXI y la Fac. De Psicología de la UNAM. (Duración 40 seg. Transmitido por canales comerciales).

Otros muchos más trabajos

LIC. JAVIER OSORIO

CURRICULUM

Lic. En Administración, Universidad Autonoma Metropolitana.

Diseñador de la comunicación Grafica, Universidad Autonoma Metropolitana.

Jefe del Departamento de Diseño de la Facultad de Contaduría y Administración

Universidad Nacional Autonoma de México.

JUAN A FLANDES DIAZ

CURRICULUM

De 1976 a la fecha: Facultad de Contaduría y Administración. Función principal: Productor de TV educativa Educación: 1974 – 1978 Licenciado en Administración en la Facultad de Contaduría y Administración (UNAM) 2002 – 2003 Maestría en Administración, con orientación a Negocios Internacionales. (FCA/UNAM) Nota: Me falta la tesis.

Asignaturas que imparte: dirección. Licenciatura, 5° sem. Planeación Estratégica. Licenciatura 9° sem. Administración de pequeñas y mediana empresa. Licenciatura, FCA – UNAM.

ANEXO 4 LISTADO DE EMPRESAS PARA HACER LA GRABACION

DIRECTORIO DE LAS EMPRESAS DEL D.F.					
EMPRESA	NOMBRE	CALLE	NUMERO	COLONIA	C.P.
Acamex, S. A. de C. V.	Ing. Enrique Goudet	Diana	No. 26	Nueva Industrial Vallejo	07700
Aceograpas FIFA, S.A. de C. V.	Sra. María Elena Ravelo	Alce Blanco	No. 30	Naucaipan de Juárez Edo. De México	53370
Acidos Organicos, S. A. de C. V.	Lic. Rafael Reyes Aguilar	Carr. Cuauhtitlán-Tepotzotlan Km. 3.5	S/N	San Mateo Iztaacalco	54840
Alter-Reg	Lic. Angélica Siqueiros	Plaza Villa de Madrid	No. 3 6° piso	Col. Roma	06700
Apel, S. A. de C. V.	C.P. Rafael Medrano	Santo Domingo	No. 78	Frac. La Preciosa	
Bremen Dulces y Chocolates	Lic. Dante Murquiz	San Simón	No. 227		6430
Cartón el Fenix, S. A. de C. V.	Ing. Rafael Anaya González	Catarroja	No. 871	Cerro de la Estrella, Iztapala, D. F.	9860
Casa Autrey, S. A. de C. V.	Lic. Luis Yañez	Netzahualcóyotl	No. 79	Col. Centro	6080
Checkpoint de México, S. A. de C. V.	Lic. Claudia Bravo	Dr. Barraquán	No. 785	Nanvarte	3020
Chicles Caneles, S. A. de C. V.	Lic. Nestor Ponce	Av. Ferrocarril de Cuernavaca	No. 677	Ampliación Granda	11520
Chocolates la corona, S. A. de C. V.	Lic. Salvador Villaseñor	Nicolás Bravo	No. 16	Magdalena Mixuca	15850
Cia. Ross de México, S. A. de C. V.	Sr. Miguel A. Medellín	Av. Lomas Verdes	No. 720-201	Lomas Verdes	53120
Cideyco, S. A. de C. V.	Lic. Sergio Piña	Río Danubio	No. 36-201	Cuauhtémoc	6500
Cocoas Chocolates la corona, S.A. de C.V.	Lic. Jorge Zapata	Nicolás Bravo	No. 16	Col. Magdalena Mixuca	15850
Comex, S. A. de C. V.	Lic. Miguel Morones	Campos Eliseos	No. 400 p 7 y 16	Col. Lomas de Chapultepec	11000
Compañía Minera Rutlan, S.A. de C.V.	Lic. Fernando Rivero	Mariano Escobedo	No. 510 piso 9°		11300
Conservas la Costeña, S.A. de C. V.	Sr. Francisco Alonso Bahena	Vía Morelos	No. 268	Santa Ma. Tulpetlac	55400
Constructora de Bascula, S.A. de C.V.	Ing. Melchor Avalos Martínez	Norte 59	No. 880-B	Col. Industrial Vallejo	2300
Cooperación Milenium Conair.	Sr. Miguel Mizrahi Mussali	Albañiles	No. 17	Morales	15270
Cronos de México	Lic. Claudia Marquez	Ejército Nacional	No. 579 P. 5, 9 y 10	México, D. F.	11520
Danone de México, S.A. de C. V.	Lic. Luis Carlos Olvera	Circuito Centro Cívico	No. 1027	Naucaipan Edo. De México Satellite	53100
Deco Rack, S. A.	Lic. Jorge Cervantes	Periférico Sur	No. 3131	Toriello Guerra	14050
Diagraph México, S. A. de C. V.	Ing. Patricio J. Aguilar	General Mariano Arista	No. 54-27	Argentina Poniente	11270
Dreyelec, S. A. de C. V.	LIC. OSCAR NOVELO	Mayorazgo de Orduña	No. 331	Xoco	03330
Dulcería Italiana, S. A. de C. V.	Lic. Josefina Negrete	Calz. México-Coyoacán	No. 375		03330
Duralon	Lic. Darwin Salas Velázquez	Av. Ciencias	No. 11	Cuauhtitlan Izcalli	54730
Dust Control de México, S. A. de C. V.	Ing. Antonio Jacques Diharce	Lago Wan	No. 11	Pensil	11320
Embases y Productos de Plástico, S. A.	Srita. Juanita Osomio	Av. 1° de Mayo	No. 153 B	Col. San Luis Tlatinco	53470
Empacadora de Frutas y Jugos, S.A. de C.V.	Lic. Roberto Parra Gurza	Km. 12.5 Antigua Carr.México-Pahuca		Xalostoc Edo. De México	55340
Empacadora San Marcos, S. A. de C. V.	C.P. Rafael Medrano de la Puente	Pino	No. 479	Santa María Insurgentes	06430
Empresa Frisco	Lic. Miguel Carral Gonzalez	Jaime Balmes	No. 11 Torre C.P. 5°	Col. Los Morales Polanco	11510
Epsa, S. A. de C. V.	Lic. Mario Milán Vargas	Av. De los Angeles	No. 185 C	Col. San Martín Xochinahuac	02210
Estambres Tamm	Sr. Ricardo González	San Francisco	No. 12	Col. San Francisco Cuauhtlalpan	53560
Etiflex, S. A. de C. V.	Lic. Carlos Pichardo	Pino	No. 588-A	El arenal azcapotzalco	02980
Eureka, S. A. de C. V.	Lic. Martha Mirafuentes.	Amicisto Ortega	No. 1230	México, D. F.	03100
Euromac, S. A. de C. V.	Sra. Tere Padrón	Calz de Guadalupe	No. 332	Cuauhtitlán Edo. de México	54879
Fabricante de productos plásticos	Lic. Irma Pachico	Niño Flavio Savala	No. 6 D1-A	San Jerónimo Tepetlacalco	54090
Granaderos Productos de leche pura Alpura	Lic. Guadalupe Olivares	Km. 37.4 autopista México-Qro.			
Grupo Hickok	Lic. Alfonso Beltrán	Poniente 54	No. 240	Col. Xochimanca	02870
Grupo Industrial ASSA C. V. y Subs	Ing. Germán Segura	Allende	No. 260	Col. Clavería	02820
Grupo Minsa, S. A. de C.V.	Lic. Mercedes Ferrer	Prolongación Tlaltecas	No. 4	Los Reyes Ixtacala	54090
Gucci de México, S. A. de C. V.	Lic. Patricio Solari	Hamburguro	No. 136	Col. Juárez	06600
H. Steele y Cia. S.A. de C. V.	Lic. Leonardo Garcia	Atomo	No. 12	Parque Industrial Naucaipan	53370
Ilisa Frigo, S. A. de C. V.	Sr. Raúl Bañuelos	San Andrés	No. 24	Col. San Marcos Azcapotzalco	02020

DIRECTORIO DE LAS EMPRESAS DEL D.F. ANALIZADAS PARA REALIZAR VIDEOS					
EMPRESA	NOMBRE	CALLE	NUMERO	COLONIA	C.P.
Industria del Pañal, S. A. de C. V.	Lic. Luis Miguel Ochoa Sánchez	Carlos B. Zetina	No. 22	Xalostoc Edo. De México	55000
Industrial Furuta, S. A. de C. V.	Lic. Gloria González	Av. Presidente Juárez	No. 15-A	Los Reyes Ixtacala	54060
Industria Ahedo, S. A. de C. V.	Lic. Ignacio Solís	Pino	No. 440	Col. Santa María Insurgentes	06430
Industrias Juan Diego, S.A. de C.V.	Lic. Mariano Sánchez Ayala	Lago de Texoco	No. 47	Col. La laguna de san Juan	54190
Industrias Tuck, S. A. de C. V.	Lic. Jaime Hernández	Calz. Vallejo	No. 294	Col. San Fco. Xocotitlan	02960
Inplamex, S. A. de C. V.	Lic. Gerardo Rodríguez Quiroz	Naranja	No. 392	México, D. F.	06400
Karbocont, S. A. de C. V.	Lic. Juan Von Haucke Ramírez	Anáhuac	No. 170	El mirador coapa	04950
Kindez, S. A. de C. V.	Lic. José Luis Lorenzo	Prolongación M. Allende	No. 39	Fracc. Industrial Tultitlan	54900
La torre	C.P. Petra Patiño Torivio	H. Congreso de la Unión	No. 6535	Col. Santa Coleta	07490
Lapicera Mexicana, S. A. de C. V.	Ing. Rafael Velázquez Suárez	Av. Tlahuac	No. 89	Col. Minerva	09810
Lightnin de México, S. A. de C. V.	Lic. Diana Escamilla	Alfonso Herrera	No. 106	Col. San Rafael	06470
Maizoro, S. A. de C. V.	Lic. Rubén Dávila	Norte 59	No. 1100	Col. Industrial Vallejo	02300
Manuel Alonso Corporación S.A. de C. V.	C.P. Arturo Alfaro	Velázquez de León	No. 76 local 1	Col. San Rafael	06470
Marketing Staff	Sra. Silvia Coellas	Ibsen	No. 15 interior 701	Col. Polanco	11560
Mateos Martínez Villegas y Cia.	Lic. Guadalupe Martínez Villegas	Insurgentes Sur	No. 58 1er. Piso	Col. Juárez	06600
Mex-Met, S. A. de C.V.	Lic. Alfonso Castillo	Dr. Gustavo Baz	No. 29	Col. Xocoayahuaco	54080
Mexprom	Lic. Roberto Esparza	Círculo Médico	No. 30 2° piso	Col. Satélite	53100
Nabisco, S. A. De C. V.	Lic. Carlos Rodríguez	Lázaro Cardenas	No. 47	Puente de Vigas	54090
New Zealand Trade Development Board.	Lic. Lucas Marrero	José Luis Lagrange	No. 103-10	Col. Chapultepec Morales	11510
Novoplast, S. A. de C. V.	Sra. Hortencia Ortega	Trigo	No. 37	Granjas Esmeralda	09810
Ovelar Mexicana, S. A. de C. V.	Sr. José Antonio Ovelar	Puebla	No. 251-A	Col. Roma	06700
Panificadora Indauchu, S. A. de C. V.	Lic. Fernando Liñero Lorenzo	Av. Ruíz Cortinez	No. 10	Col. Lomas de Atizapan	54500
Platicraft, S. A. de C. V.	Sr. José Luis Chavez	Porvenir	No. 304	Los olivos	13210
Polaroid, S. A. de C. V.	Lic. Durán López	Paseo de la Reforma	No. 195 piso 14	Col. Cauhtemoc	06500
Poly Vinyl, S. A. de C. V.	Lic. Micha Zeitune	San Ciprian	No. 133	Col. Merced Balbuena	15810
Productora e Importadora de papel	Lic. Luis Guillermo Pineda Bernal	Poniente 140	No. 840	Col. Industrial Vallejo	02300
Productos de Consumo Resistol, S. A. de C. V.	Lic. María de la Vega	Calz. Azcapotzalco-La Villa	No. 705	Col. Industrial Vallejo	02300
Productos de leche Coronados, S. A. de C. V.	Lic. Alfonso Ayala	Poniente 148	No. 443	Lindavista Vallejo	07720
Productos Gabi, S. A. de C. V.	Sra. Gabriela García	Av. Hidalgo	No. 2 y Av. Seis no. 4	Fracc. Industrial	54919
Productos Kip, S. A. de C. V.	Lic. Benjamin Valencia	Vía Adolfo López Mateos	No. 59	Jardines de san Mateo	53240
Productos Nipon, S., A. de C. V.	Lic. Carlos Martínez	Oriente 233	No. 390	Col. Agrícola Oriental	08500
Productos Zam-Fre, S. A. de C. V.	Ing. Raúl Picard del Prado	Circonio	No. 45	Col. El manto iztapalapa	09830
Promotora Industrial Azucarera, S. A. de C. V.	Lic. Noel Zepeda Abundis	Río Guadiana	No. 23 3er piso		06500
Purina, S. A. de C. V.	Lic. Jaime Carvajal	Av. Reforma	No. 295 14 piso	Cuauhtémoc	06500
Resistol, S. A.	Lic. Mario Salazar	Calz. Azcapotzalco-La Villa	No. 705	Col. Industrial Vallejo	02300
Revlón, S. A. de C. V.	Ing. Héctor Goicochea	Av. División del Norte		Col. Xotepingp	04610
Ritterhouse Latino America, S. A. de C. V.	Lic. Davey Carcante	Av. Presidente Juárez	No. 2018	Ind., Puente de Vigas	54074
Rubbermaid de México, S.A. de C. V.	Lic. Anabel Ceja	Av. 2	No. 9	Parque industrial cartagena	54900
Sensomatic, S.A. De C. V.	Ing. Jaime Acosta Alarcón	Camino a Santa Teresa	No. 1040 8° piso	Col. Jardines de la Montaña	14210
Shore Asociados	Lic. Linda Shore	Constituyentes	No. 117 5° piso	Col. San Miguel Chapultepec	11850
Sonoco de México, S. A. de C. V.	Lic. Luis Escamilla López	Antigua carretera México-Laredo	Km. 15 1/2	Col. Sta. Clara municipio de Ecatepec	06000
Sony Profesional de México, S. A. De C. V.	Ing. Gregorio Andreu	Bosques de Ciruelos	No. 160 5° piso	Bosques de las Lomas	11700
Stone Ware de México, S. A. De C. V.	Lic. Luis Mora Castro	Rivera	No. 78	Las Aguilas	01710
Sunbean Mexicana, S. A. de C. V.	Lic. Omar Avila	Vía Gustavo Baz	No. 180	Tlaneplanta Edo. de México	54090

DIRECTORIO DE LAS EMPRESAS DEL D.F.					
EMPRESA	NOMBRE	CALLE	NUMERO	COLONIA	C.P.
Suply Tech de México, S. A. de C.V.	Lic. David Thomas Smith	Horacio	No. 124-1001	Col. Polanco	11560
Unimicro, S. A. de C. V.	Mc. Rodolfo Torres Mosqueda	Millet	No. 48	Col. Noche Buena	03720
Vince	Ing. Bernd Unrich	Héroes de 1994	No. 47	Col. San Pedro de los Pinos	01180
Vitrocrista, S. A. de C. V.	Lic. Pedro Hernández Salazar	Lago Xochimilco	No. 302	Col. Anáhuac	11320
Yaber, S. A.	Lic. Emma Arias	Av. Ferrocarril	No. 286	Col. Moctezuma 2da. Sección	15500
Yakult, S. A. de C.V.	Ing. Ernesto Aldo Hisaki O.	Av. División del Norte	No. 1419	Col. Santa Cruz Atoyac	03310
Zwanenbert de México, S. A.	Sr. Víctor del Razo	Estacas	No. 34	Alfonso López Mateos	05370

ANEXO 5 GUIONES DE GRABACION.

Guión para la realización del video de una empresa dedicada a la fabricación de velas “Juan Diego”

¿Cómo se formo esta empresa?

¿Cómo se formo la misión de la empresa?

¿Qué se puede opinar de su visión?

¿Qué productos fabrica?

¿Cómo esta organizada?

De las funciones de mercadotecnia. ¿Cuáles realiza y como las hace?

- Investigación de mercados.
- Sistema de información metodológica.
- Planeación estratégica de mercadotecnia.
- Ventas y Distribución.
- Promoción y publicidad.
- Diseño de productos.
- Pronósticos y presupuestos.
- Fijación de precios.
- Servicios la cliente.

¿Qué funciones de producción siguientes realiza la empresa?

- Planeación y control de la producción.
- Diseño del producto.
- Reovación y análisis de la tecnología.
- Renovación del equipo y de la maquinaria.
- Compras y control de compras.
- Control de almacenes.
- Planeación y control de calidad.
- Control de inventarios.
- Control de mano de obra (estudio de trabajo).
- Mantenimiento.
- Seguridad e higiene.
- Análisis y capacidad de la planta.
- Nuevas instalaciones y renunciación.

Dentro de las funciones de área de finanzas ¿cuál realiza y como?

- Control de tesorería.
- Información financiera.
- Planeación financiera.
- Planeación financiera.
- Ingeniería financiera.

- Tramites con hacienda, seguro social, secretaria del trabajo, delegaciones, ecología, otros.

En lo que a recursos humanos se refiere ¿Cuáles de las siguientes funciones realiza?

- Selección.
- Contratación
- Capacitación.
- Inducción.
- Desarrollo personal.

¿Qué funciones adicionales se realizan en la empresa?

Guión para la realización del video de una empresa dedicada la educación escuela

“Núñez Fragoso”

- ¿Por qué se formo la escuela y como?
- ¿Cuál considera usted es la misión la escuela?
- ¿Se tiene una visión de la escuela a 5 años?
- ¿Qué niveles de enseñanza tienen?
- Dentro los aspectos legales que sirvieron de base para la formación de la escuela, ¿qué podría opinar sobre la formación de capital, socios y Acta constitutiva?

- ¿Cómo se logro la probación con la SEP para la operación de la escuela?
- ¿Cómo se planearon las operaciones educativas para la preparatoria y carreras de licenciatura?
- ¿Cuándo se revisan los programas académicos?
- ¿Cuáles son los principales problemas a que se enfrenta la administración de la escuela y como los han resuelto respecto a los maestros, alumnos, equipo, mobiliario, mantenimiento, seguridad y pago de colegiaturas?
- ¿Qué cree usted que es la característica más importante por la que se inscriben a esta escuela?
- ¿Qué pude opinar de la competencia cercana?
- ¿En referente al mobiliario cada cuando lo cambia?
- ¿Qué opina de los costos del mismo?
- Porcentualmente ¿Cómo se reparten los costos del mismo?
- ¿Qué tipo de informes financieros de hacen?
- ¿Qué decisiones se toman con ellos?
- Se elaboran presupuestos si es así ¿Cómo se analizan?
- ¿Cómo se amortizan las instalaciones y que tipo de depreciaciones tienen y como se calculan?
- ¿Cómo se controla a los maestros en el académico?
- ¿Cuál es la organización de la escuela?¿Qué podría opinar del estilo de dirección que se emplea?

Guión para la elaboración de un video en una empresa de la rama de la industria textil y de la tejeduría “Guevara S.A.”.

¿Cuál es la misión y la visión de la empresa?

Su opinión sobre la información del capital social, estructura organizacional y Acta constitutiva.

¿Cuáles son los principales productos que se comercializan?

- Descripción.
- Diseño.
- Empaque.
- Pruebas de mercado.
- Calidad de los productos y forma de probarlo.
- Medios y procedimientos de venta.
- Forma en que se realizan las promociones y su publicidad.

¿Cómo se estructuran las políticas de precios?

¿Cuáles es su mercado?

¿Cómo los pronostica?

¿Cómo los investiga?

¿Qué sistema de distribución utiliza?

¿Cómo fija los márgenes de intermediación?

- ¿Podría describirnos el sistema productivo?
- ¿Qué materias primas nacionales utiliza?
- ¿Cuáles de sus materias primas son de importación?
- ¿Cómo verifica la calidad de las materias primas?
- ¿Qué sistema de compras tiene?
- ¿Tiene algún sistema de inteligencia de búsqueda de proveedores?
- ¿Cómo controla sus almacenes?
- ¿Que sistema de manejo de materias primas emplea?
- ¿Cómo planea y controla la producción?
- ¿Cuáles son las principales funciones del departamento de personal?
- ¿Cuáles las del departamento de finanzas?
- ¿Cómo esta organizado?
- ¿Qué opina de su estilo de dirección?

Guión para la realización de un video de la empresa “Yakult”

- ¿Cuándo y por que se fundo la empresa (convicción, necesidad, idea única)?

- ¿Cuál es la misión, visión y prospección de la empresa?
- ¿Cree en una filosofía común entre México y Japón como pueblos gemelos?
 - ¿Cuáles son las líneas de productos más importantes, características competitivas?
 - ¿Por qué la gente compra productos, cinco razones?
 - ¿Le tienen miedo a la competencia?
 - ¿Cuál es la estructura con la que se cuenta y cual es el perfil básico de los ejecutivos?
 - ¿Cuál es el valor más importante de Don Carlos y de la empresa?
 - ¿Dificultad que la empresa enfrenta en su área para eso?
 - ¿Sabe bien por lo que vende y por que lo compran?
 - ¿Su publicidad es diseñada en base a lo anterior?
 - ¿Sus promociones son planeadas de acuerdo a las ventas o con una orientación social?
 - ¿Tiene competencia internacional y de ser así como la manejan?
 - ¿Son capaces de exportar y si los están realizando que característica estratégica están realizando?
 - ¿Cómo hacen sus proyecciones de ventas? Se cumplen.
 - ¿Considera que tiene clase mundial (justo tiempo, mejora continua, venta total, etc.)?
 - ¿En el área de operaciones se cuenta con:

Almacenes automatizados y con código de barras integrado.

Sistema de distribución física automatizada

Calidad total en el proceso: manuales, laboratorios, capacitación, materias primas, normas, tecnología, personal aspectos ambientales.

Gerente de finanzas

- ¿Usa dinero de la banca comercial o de la de fomento, cuanto y por que?
- ¿Se genera información prospectada, de ser así que decisiones toman?
- ¿El contador de la empresa esta de acuerdo con sus decisiones o tiene problemas de control?
- ¿Por qué cumplen con sus obligaciones fiscales?

Recursos Humanos.

- ¿Planean y de ser así que espera Yakult para el 2014?

Guión para la realización de un video en una empresa dedicada a la fabricación de cartón y fibras “El fénix”

¿Cuándo y por que se fundo la empresa (convicción, necesidad, idea única)?

¿Cuál es la misión, visión y prospección de la empresa?

¿Creé que la empresa cartonera mexicana de su dimensión tiene oportunidad de competir en este mundo globalizado?

¿Cuáles son las líneas de productos más importantes, características competitivas?

¿Por que la gente compra sus productos?

¿Le tiene miedo a la competencia?

¿Cuál es la estructura con la que se cuenta y cual es le perfil básico de los ejecutivos?

¿Cuál es el valor más importante de más importante de usted y de la empresa?

¿Cuál es la principal dificultad que la empresa enfrenta en su área para eso?

¿Sabe bien como vender y por que e compran el producto?

¿Su publicidad es diseñada en base a lo anterior?

¿Sus promociones son planeadas de acuerdo a las ventas o con una orientación de calidad y precio?

¿Tiene competencia internacional y de ser así como la manejan?

¿Son capaces de exportar y si los están realizando que característica estratégica están realizando?

¿Cómo hacen sus proyecciones de ventas? Se cumplen.

¿Considera que tiene clase mundial (justo tiempo, mejora continua, venta total, etc.)?

¿En el área de operaciones se cuanta con?:

- Almacenes automatizados y con código de barras integrado.
- Sistema de distribución física automatizada
- Calidad total en el proceso: manuales, laboratorios, capacitación, materias primas, normas, tecnología, personal aspectos ambientales.

Gerente de finanzas

¿Usa dinero de la banca comercial o de la de fomento, cuanto y por que?

¿Se genera información prospectada, de ser así que decisiones toman?

¿El contador de la empresa esta de acuerdo con sus decisiones o tiene problemas de control?

Recursos Humanos.

¿Planean y de ser así que espera “El Fénix” para el 2014?

Guía para la entrevista de “Jarabe de Perla”.

Aspectos generales de la empresa.

¿Cuándo se fundo?

¿Quién la fundo?

Evolución histórica.

¿Cuál es la misión?

¿Cual es la visión?

ORGANIZACIÓN

- ¿Cuáles son las áreas funcionales de la empresa?
- ¿Quién los realiza?
- ¿Tiene fuentes de financiamiento?
- ¿Usa dinero de la banca comercial o de fomento?
- ¿Se genera información financiera prospectada?
- ¿Tiene departamento propio de contabilidad o los subcontratan ventajas/desventajas?
- ¿Existe algún tipo de crédito con los compradores o distribuidores del producto?
- Si se otorgan ¿Cuáles condiciones y control de los mismos?
- ¿Cuáles son los problemas principales que han tenido que resolver en esta área?

RECURSOS HUMANOS

- ¿Cuáles son las principales funciones de este departamento?
- ¿Cuántas personas laboran en esta empresa?
- ¿Cómo los reclutan, capacitan, selección, etc.?
- ¿Cuál es el perfil que solicitan para sus trabajadores?
- ¿Se realiza la etapa de inducción, explíquela?
- ¿Existe un análisis de puestos?
- ¿Las prestaciones que se otorgan a los trabajadores son únicamente las que marca la ley?
- ¿Existen incentivos para mejorar la productividad, si es afirmativo? ¿De qué tipo?
- ¿Cuáles son las condiciones de trabajo de los empleados?
- ¿Existe algún control de seguridad e higiene?
- ¿Cómo es la relación de la empresa con el sindicato?

¿Cuántos años llevan laborando en la empresa los trabajadores?

¿Existe algún tipo de promoción o ascenso?

¿Cuál ha sido el principal problema la que se ha enfrentado esta área?

Puntos adicionales que se deseen agregar a esta área

PRODUCCIÓN

¿Cuáles son las funciones que realiza este departamento?

Descripción detallada del producto (elaboración, diseño, caducidad, cantidad, variedad, etc.)

Descripción detallada del proceso de producción.

¿Existen controles de calidad, explicar?

¿La planta esta diseñada específicamente para la producción o se adapto?

¿Existen mecanismos de seguridad?

¿Es maquinaria actualizada?

¿Qué tipo de materia prima utiliza?

¿Cómo de logra la calidad en la producción?

¿Cuántas horas el día trabaja la empresa?

¿Cuánto dura el proceso productivo?

¿Cuántos turnos se necesitan para cubrirlo?

¿Existen diagramas de proceso de producción?

¿Cuál es el rango de error que se permite?

¿Cómo de maneja el almacenamiento del producto y de la materia prima?

¿Cuántos proveedores tienen?

¿Siempre son los mismos?

¿Qué les exigen los proveedores?

¿Cómo los eligen?

¿Qué características deben tener la materia prima que adquieren?

¿Cómo manejan los inventarios?

¿Qué tipo de materias primas se almacenan?

¿Requieren lugar físico para el almacenamiento?

¿Cuáles son los mecanismos de mantenimiento y conservación de la planta?

¿Cómo se transporta el producto dentro de la empresa y fuera de ella?

¿Cuál ha sido el principal problema que ha tenido esta área?

Puntos adicionales que desee agregar.

MERCADOTECNIA.

¿Cuáles son las funciones principales que tiene este departamento?

¿Se realizó la investigación de mercados para la elaboración de productos?

¿Se realiza investigación de mercados para agregar nuevos sabores, usos, etc.?

Afirmativo ¿a quién, como, cada cuando?

¿Quiénes son los consumidores del producto?

¿Quiénes son los principales competidores?

¿Cuál es la ventaja competitiva?

¿Cómo se diseñó el producto, (envase, empaque, embalaje, etiqueta, marca, etc.)?

¿El contenido es adecuado para los requerimientos de los consumidores?

Su producto se utiliza en:

¿Han vendido directamente al consumidor final?, afirmativo, ¿Dónde?, ¿Cómo, lo sigue haciendo?, resultados.

¿Cómo maneja la calidad del servicio?

¿Cómo se determina los precios del producto?

¿Cómo elige sus canales de distribución?

¿Tiene cliente fijo?

¿Se crean productos continuamente?

¿Realiza algún tipo de promoción? Afirmativo ¿De que tipo? Profundizar.

¿Realiza algún tipo de publicidad? Afirmativo ¿De que tipo? Profundizar.

¿Tiene vendedores? Afirmativo, ¿Cuántos, como los controla, supervisa, cómo trabajan a comisión o sueldo o ambos, cómo están organizados?, etc.

¿Cómo planean las ventas?

¿Qué tipo de controles se manejan en el área de mercadotecnia?

¿Realiza plan anual de mercadotecnia?

¿Cuáles son los principales problemas que tiene esta área?

¿Cuáles son los principales problemas que han tenido en los últimos tres años?

¿Cómo los han resuelto?

¿Cuál es su principal problema actualmente?

Guía para la entrevista de “Porta credenciales de México”

¿Qué es porta credenciales de México?

- ¿Qué productos fabrica y comercializa?
- ¿Cómo surge la idea de constituir una empresa de este giro?
- ¿Por qué el nombre de porta credenciales de México?
- ¿Cómo inicia el vínculo Universidad- Empresa?
- ¿Qué apoyo recibe la empresa por parte le (F. C. A.)?
- ¿Por qué estudiaste administración de la F. C. A. de LA U.N.A.M.?
- ¿Consideras que la F. C. A. tiene interés en promover la creación de empresas?
- ¿A que se debe que tu empresa halla sobrevivido, los primeros años si aún no tenias tu carrera terminada?
- ¿Después de tu carrera se modifíco la forma de administrar la empresa?
- ¿Cómo esta conformada tu empresa, en cuanto personal?
- ¿Cómo llevas a cabo la contratación de personal?
- ¿El personal comparte los mismos objetivos de la empresa?
- ¿Cómo planeas tus operaciones cada año?
- ¿En que condiciones se encuentra financieramente tu empresa?
- ¿Hacia donde canalizas tus utilidades al final del ejercicio?
- ¿Qué tan importante mantener finanzas sanas para una empresa?
- ¿Cuál es el principal mercado que atiendes?
- ¿Cómo una microempresa puede competir en precios con las empresas grandes?
- ¿Por qué piensas que un cliente puede preferir tu producto?
- ¿Con que tipo de publicidad promueves tu producto?
- ¿Dónde se ubican los principales proveedores?
- ¿Cuáles son tus principales materias primas?

¿Todas tus materias primas son de origen nacional?

¿Cómo es inicia el desarrollo de un nuevo producto?

¿Puedes explicarnos en que consiste el proceso de producción de alguno de tus productos?

¿Cuál crees que sea la base del éxito?

¿Existe alguna edad para emprender el negocio?

¿Qué mensaje les darías a los emprendedores de México?

¿Tienes algún comentario adicional por agregar?

LOS SIGUIENTES VIDEOS NO SE REALIZARON CON GUIÓN PREESTABLECIDO, FUERON DESARROLADOS EN BASE A LAS EXPERIENCIAS ANTERIORES.

MOLOTLA

INDUSTRIALIZADORA DE AMARANTO MOLOTLA.

IMPRESIONES

SERVICIO EXPRESS DE IMPRESIÓN S.A. C. V.

PELICULAS

ARENA FILMS Y LOS ANGELES FILMS S.A. de C. V.

ANEXO 6 CUESTIONARIOS APLICADOS A ALUMNOS DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DE LA UNAM.

Los cuestionarios, son los mismos que están en los videos en formato C. D. que se puede enviar por la red y se pueden manejar en un servidor.

Cuestionario. Yakult

Examen video- caso práctico yakult s.a. de c. V.

Nombre del alumno:

Número de cuenta:

Grupo:

ADMINISTRACIÓN GENERAL

- ¿Cuál es el objetivo de la empresa?
- ¿Cuáles son las políticas de la empresa?
- ¿Cuál es la filosofía de Yakult?
- ¿Bajo que condiciones fue fundada?
- ¿Qué importancia tiene que sea la casa matriz japonesa?

ÁREA DE FINANZAS

- ¿De donde se obtuvo el capital para crear la empresa?
- ¿Usan dinero de la banca comercial o de la de fomento?
- ¿Cuáles son los mecanismos para elegir las fuentes de financiamiento?
- ¿Qué propuesta haría para elegir fuentes de financiamiento?
- ¿Se genera información financiera prospectada?

- ¿Qué opina usted? Cree que lo anterior es adecuado.
- ¿Qué decisiones se toman según los resultados de la prospección?
- ¿Tiene alguna debilidad financiera la empresa?
- ¿El contador de la empresa que funciones tiene?
- ¿Cómo funcionan las relaciones con los trabajadores, en función de las prestaciones?

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS.

- ¿Cómo se recluta el personal?
- ¿Qué características deben de tener los candidatos?
- Para ingresar a la empresa ¿cuáles son los requerimientos que deben de llevar los solicitantes?
- ¿Considera adecuado el sistema de reclutamiento de la empresa?
- Analicé si el video presenta la evaluación de las aptitudes, actitudes y conocimientos de los aspirantes y opine críticamente.
- Ante lo anterior, ¿qué agregaría usted en los requisitos que se piden?
- ¿Cuál es el perfil que se pide para seleccionar a sus ejecutivos?
- ¿Pudo observar algún mecanismo de inducción de la empresa? (opine al respecto)
- ¿Cómo se establece el contacto del recién contratado en la empresa?
- ¿Qué actividades se manejan en la empresa para que el contratado se adapte a la empresa?

ÁREA DE PRODUCCIÓN

- ¿Cómo fue que pensó en el producto para salir al mercado?
- ¿Qué tipo de producto es?
- ¿Cuál es la política de la empresa en cuanto a la producción?
- ¿Cómo se podría describir el producto?
- ¿Cuáles son las bondades del producto?
- ¿A base de que esta hecho?
- ¿Existe otro producto que compita con Yakult?
- ¿Se hace investigación para producir el Yakult?
- ¿Cómo surgió la idea de producir Yakult en México?
- ¿Es importante la apariencia del producto para los compradores?

ÁREA DE MERCADOTECNIA

- ¿Conoce la empresa sus mercados reales?
- ¿Tiene la empresa algún proyecto de expansión para el año 2000?
- ¿Cómo conoce la empresa los gustos de los consumidores?
- ¿Quiénes son los consumidores del producto?
- ¿Cuál es su situación frente a la competencia?
- ¿Quiénes son sus principales consumidores?
- ¿Cuál es el mercado potencial de la empresa?
- 8¿Cuál es el principal motivo del consumo del producto?

- ¿Qué se tomo como base para el diseño del producto?
- ¿La presentación del producto es adecuada?
- ¿Considera adecuada la forma y el lugar de venta de los productos?

¿Cuál es la problemática principal que se presenta en la empresa?

Ponga soluciones a esa problemática.

De su opinión del video en cuanto a: (califique entre 1-bueno, 2-malo)

• Sonido.	•
• Imágenes.	•
• Contenido académico.	•
• Relación académica- práctica.	•
• Claridad del contenido.	•
• Como apoyo a la docencia.	•
• Duración.	•

Cuestionario Cartón Fénix

Examen video- caso práctico cartón fénix s.a. de c. V.

Nombre del alumno:

Número de cuenta:

Grupo:

ADMINISTRACIÓN GENERAL

- ¿Qué tipo empresa es?
- ¿Cuáles son los pros y contras de este tipo de empresas? (opine al respecto)
- ¿Cuáles la misión de la empresa Carón Fénix S.A. de C. V.?
- ¿Cuáles son los objetivos que plantea la empresa?
- ¿Cuál es la estructura organizacional de la empresa?, ¿Qué opina de ella?

ÁREA DE FINANZAS

- ¿De donde se obtuvo el capital para crear la empresa?
- ¿De donde se obtuvo el capital para ampliarla?
- ¿De donde se obtuvo el capital para mejorar la empresa?, (opine al respecto)
- ¿Cuáles son los mecanismos para elegir las fuentes de financiamiento?
- ¿Cuáles son los requisitos que se deben llenar en el caso?
- ¿A que tipo de banca se acude en el caso?
- ¿Bajo que políticas de la empresa se piden y se aplican los recursos?

- ¿Cómo funcionan las relaciones con los trabajadores en función de las prestaciones?
- ¿Qué porcentaje del capital se destina a instalaciones, maquinaria, equipo y materia prima?
- ¿Para el otorgamiento de créditos que condiciones establece la empresa?

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

- ¿cómo se recluta el personal?
- ¿Qué valores se piden y deben tener los candidatos?
- ¿Qué tipo de gente pide la empresa?
- Analice si el video presenta la evaluación de las actitudes, aptitudes y conocimientos de los aspirantes y opine críticamente.
- Ante lo anterior ¿Qué agregaría usted en los requisitos que se piden?
- ¿A quién pondría usted como encargada de la contratación del personal en la empresa?
- ¿Por qué?
- ¿Pudo observar algún mecanismo de inducción de la empresa? (opine al respecto)
- ¿Cómo se establece el contacto del contratado con la empresa?

- ¿Conoce el contratado al entrar a trabajar los objetivos, políticas y reglas de la empresa?

ÁREA DE PRODUCCIÓN

- ¿Cómo fue que pensó en el producto o productos que se iban a hacer?
- ¿Se hace investigación acerca de los requerimientos que solicitan los compradores del producto?
- ¿Es importante la apariencia del producto para los compradores?
- ¿Qué tiempo de vida ofrece el producto?
- ¿Si los productos salen con algún defecto hay posibilidad de cambio?
- ¿Se pueden arreglar las fallas en el producto?
- ¿Dónde se localiza la planta?
- ¿Cómo se hizo dicha elección?
- ¿Cuál es el orden lógico de la producción?
- ¿Existen condiciones de higiene y seguridad?

ÁREA DE MERCADOTECNIA

- ¿Conoce la empresa sus mercados reales?
- ¿Cómo conoce la empresa los gustos de los consumidores?

- ¿De que forma le afecto a la empresa la situación económica, política y social del país?
- ¿Qué otros factores del medio ambiente han afectado a la empresa?
- ¿Cuál es la situación frente a la competencia?
- ¿Realiza investigación de mercado?, si es así, ¿Cada cuanto?
- ¿Cuáles son los canales de distribución del producto?
- ¿Considera que son adecuados?
- ¿Cuáles pondría usted?
- ¿En que se basaron para diseñar su producto?

RESPUESTAS A LOS CUESTIONARIOS PILOTO APLICADOS A LOS ALUMNOS DE LA FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION PARA PROBAR LOS VIDEOS EMPRESARIALES YAKULT Y CARTON FENIX YAKULT

MUESTRA DE 60 ALUMNOS DE 8° SEMESTRE CARRERA DE ADMINISTRACION

	SI ESTA	NO ESTA	NO APLICA	SI ESTA	NO	NO
--	---------	---------	-----------	---------	----	----

					ESTA	APLICA
ADMINISTRACIÓN GENERAL						
Pregunta 1	60			100 %	0%	
Pregunta 2	60			100%	0%	
Pregunta 3	60			100%	0%	
Pregunta 4	60			100%	0%	
Pregunta 5	60			100%	0%	
ÁREA DE FINANZAS						
Pregunta 1	48	12		80%	20%	
Pregunta 2	36	24		60%	40%	
Pregunta 3	60			100%	0%	
Pregunta 4	60			100%	0%	
Pregunta 5	60			100%	0%	
Pregunta 6	60			100%	0%	
Pregunta 7	60			100%	0%	
Pregunta 8	60			100%	0%	
Pregunta 9	36	24		60%	40%	
Pregunta 10	60			100%	0%	
ÁREA DE						

RECURSOS						
HUMANOS						
Pregunta 1	36	12	12	60%	20%	20%
Pregunta 2	60			100	0%	
Pregunta 3	60			100	0%	
Pregunta 4	48	12		80%	20%	
Pregunta 5	48	12		80%	20%	
Pregunta 6	60			100%	0%	
Pregunta 7	60			100%	0%	
Pregunta 8	36	24		80%	20%	
Pregunta 9	60			100%	0%	
Pregunta 10	60			100%	0%	
ÁREA DE						
PRODUCCIÓN						
Pregunta 1	36	12	12	60%	20%	20%
Pregunta 2	60			100	0%	
Pregunta 3	60			100	0%	
Pregunta 4	48	12		80%	20%	
Pregunta 5	48	12		80%	20%	
Pregunta 6	60			100%	0%	

Pregunta 7	60			100%	0%	
Pregunta 8	36	24		80%	20%	
Pregunta 9	60			100%	0%	
Pregunta 10	60			100%	0%	
ÁREA DE MERCADOTECNIA						
Pregunta 1	36	12	12	60%	20%	20%
Pregunta 2	60			100	0%	
Pregunta 3	60			100	0%	
Pregunta 4	48	12		80%	20%	
Pregunta 5	48	12		80%	20%	
Pregunta 6	60			100%	0%	
Pregunta 7	60			100%	0%	
Pregunta 8	36	24		80%	20%	
Pregunta 9	60			100%	0%	
Pregunta 10	60			100%	0%	

CARTÓN FENIX

MUESTRA DE 60 ALUMNOS DE 8° SEMESTRE CARRERA DE
ADMINISTRACION

	SI ESTA	NO ESTA	NO APLICA	SI ESTA	NO ESTA	NO
--	---------	---------	-----------	---------	---------	----

						APLICA
ADMINISTRACIÓN GENERAL						
Pregunta 1	60			100%		
Pregunta 2	52	8		85.8%	13.2%	
Pregunta 3	24	36		39.6%	59.2%	
Pregunta 4	36	24		59.2%	39.6%	
Pregunta 5	8	52		13.2%	85.8%	
ÁREA DE FINANZAS						
Pregunta 1	52	8		85.8%	13.2%	
Pregunta 2	56	4		92.4%	6.6%	
Pregunta 3	44	16		72.6%	26.4%	
Pregunta 4	24	36		39.6%	52.9%	
Pregunta 5	28	20	12	46.25%	33%	19.8%
Pregunta 6	60			100%		
Pregunta 7	8	12	40	13.2%	19.8%	66%
Pregunta 8	20	40		33%	66%	
Pregunta 9	4	56		6.6%	92.4%	
Pregunta 10	16	36	8	26.4%	59.2%	13.2%

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS						
Pregunta 1	32	28		52.8%	46.25%	
Pregunta 2	48	12		79.2%	19.8%	
Pregunta 3	40	20		66%	33%	
Pregunta 4		4	56		6.6%	92.4%
Pregunta 5		4	56		6.6%	92.4%
Pregunta 6		4	56		6.6%	92.4%
Pregunta 7		4	56		6.6%	92.4%
Pregunta 8	8	36	16	13.2%	59.2%	26.4%
Pregunta 9	8	52		13.2%	85.8%	
Pregunta 10	16	40	4	26.4%	66%	6.6%
ÁREA DE PRODUCCIÓN						
Pregunta 1	52	4	4	85.8%	6.6%	6.6%
Pregunta 2	44	16		72.6%	26.4%	
Pregunta 3	48	12		79.2%	19.8%	
Pregunta 4	48	12		79.2%	19.8%	
Pregunta 5	28	4	28	46.25%	6.6%	46.25%

Pregunta 6	16	44		26.4%	72.6%	
Pregunta 7	40	20		66%	33%	
Pregunta 8	12	48		19.8%	79.2%	
Pregunta 9	60			100%		
Pregunta 10	8	44	8	13.2%	72.6%	13.2%
ÁREA DE MERCADOTECNIA						
Pregunta 1	52	8		85.8%	13.2%	
Pregunta 2	56	4		92.4%	6.6%	
Pregunta 3	48	12		79.2%	19.8%	
Pregunta 4	44	16		72.6%	26.4%	
Pregunta 5	40	20		66%	33%	
Pregunta 6	12	48		19.8%	79.2%	
Pregunta 7	52	8		85.8%	13.2%	
Pregunta 8	20	40		33%	66%	
Pregunta 9		4	56		6.6%	92.4%
Pregunta 10	52	8		85.8%	13.2%	

Como podemos observar el grupo “A” al cual se le proyectó el video con el caso de Yakult tuvo una mayor concentración al observar el video, lo contrario que con el grupo “B” al cual se le proyectó el video del caso de cajas de cartón Fénix.

CUADRO RESUMEN.

En el siguiente cuadro, establecemos lo resultados de respuestas de los alumnos encuestados en la muestra por tipo de video por área funcional y un resumen de respuestas afirmativas, negativas y que no aplican.

RESPUESTA AREA	YAKULT			CARTON FENIX		
	SI ESTA	NO ESTA	NO APLICA	SI ESTA	NO ESTA	NO APLICA
ADMINISTRACION	100%	0	0	60%	40%	0
FINANZAS	90%	10%	0	52%	37%	10%
RECURSOS HUMANOS	90%	8%	2%	25%	34%	10%
PRODUCCION	90%	8%	2%	59%	34%	41%
MERCADOTECNIA	90%	8%	2%	62%	27%	11%
RESUMEN	92%	7%	1%	52%	34%	14%

Se observa que en el caso de YAKULT, lo que mejor se entendió fue lo referente a administración, en CARTON FENIX también pero lo que menos se comprendió fue lo referente a recursos humanos.

En promedio si esta tiene un 72% de que si se observo, 20 % que no se observo y un 8% que no aplica.

Cabe hacer la aclaración que el cuestionario fue elaborado en base a las preguntas que se les hizo a los entrevistados por lo que todo esta contestado en el video.

En el evento mismo, se dieron diferentes preguntas de parte de los asistentes a mi persona respecto al interés que despertaba en ellos por este tipo de recurso didáctico; en el sentido de su utilidad y facilidad de comprensión de los aspectos empresariales y administrativos.

Así mismo los videos les dan a conocer fortalezas y debilidades de sector empresarial de México. Lo anterior no podría llevarse a cabo ya que es imposible llevar físicamente a los 120 alumnos que participaron en esta prueba piloto a las empresas objeto del estudio.

CUESTIONARIOS DE LOS OTROS VIDEOS.

ESCUELA COMERCIAL NÚÑEZ FRAGOSO

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

Planeación

¿Cuál es la misión de la institución?

¿Cuál es la visión?

¿Qué tipo de empresa es?

¿Cómo fue fundada?

¿Como ha sido su desarrollo hasta la fecha?

¿Cómo se realizó la planeación?

¿Para las carreras que desean implementar?, ¿cómo llevaron a cabo la planeación de las mismas?

Organización

¿Existe una estructura bien definida en esta institución?

¿Existen organigramas gráficos?

¿Cuántos niveles jerárquicos presenta?

¿La estructura organizacional que presenta la institución le parece adecuada?

Respuesta negativa, ¿Qué estructura propone?

Afirmativa, ¿Por qué?

- Dirección general

¿Cuáles son los objetivos de la Dirección general?

¿Cuáles funciones realiza la Dirección general?

¿Qué departamentos dependen de la Dirección general?

¿Qué actividades realiza el departamento de proyectos especiales?

¿Cuáles son sus objetivos?

¿Qué departamentos lo integran?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de mercadotecnia?

¿Cuáles son las funciones de este departamento?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de relaciones públicas?

¿De quién dependen las áreas de Servicios académicos, escolares e informáticas?

Dirección de servicios académicos

¿Cuáles son los objetivos de la Dirección de Servicios académicos?

¿Cuáles son las funciones de ésta dirección?

¿Qué departamentos dependen de esta Dirección?

¿Cuáles son las funciones del Departamento de psicología?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de Psicología?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de Biblioteca?

¿Cuáles son las funciones del departamento de Biblioteca?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de Pedagogía?

¿Cuáles son las funciones del departamento de Pedagogía?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de Acción Social?

¿Cuáles son las funciones del departamento de Acción Social?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de Idiomas?

¿Cuáles son las funciones del departamento de Idiomas?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de Educación Física?

¿Cuáles son las funciones del departamento de Educación Física?

-Dirección de Servicios Escolares

¿Cuáles son las funciones de esta dirección?

¿Cuáles son los objetivos de esta dirección?

¿Esta usted de acuerdo con estas funciones y objetivos? 4. Respuesta afirmativa, ¿Por qué?

Respuesta negativa, Proponga, otras funciones.

-Dirección de servicios computacionales

¿Cuáles son las funciones de esta dirección?

¿Cuáles son los objetivos de esta dirección?

¿Esta usted de acuerdo con estas funciones y objetivos?

Respuesta afirmativa, ¿Por qué?

Respuesta negativa, Proponga, otras funciones.

-Mercadotecnia

¿Quién es su mercado meta?

¿Como satisfacen las necesidades de sus clientes (alumnos-padres de familia)?

¿Cómo se encuentran frente a su competencia?

¿Cuál es su ventaja competitiva?

-Investigación de mercados

¿Realizan investigación de mercado?

¿Que tipo de investigación de mercados realizan?

¿A quién le hacen investigación de mercados?

¿Contratan los servicios de una empresa externa?

¿De qué forma obtienen información de su competencia?

¿En que se basaron para abrir las carreras de Contaduría y Administración?

¿En qué se basan para abrir las nuevas carreras?

-Diseño del producto y/o servicio1.

¿Qué tipo de servicio ofrecen?

¿En qué etapa del ciclo de vida se encuentra cada una de las carreras que ofrecen?

¿Cuál es el proceso que siguieron para lanzar las carreras?

-Marcas

¿Es recomendable que la Universidad tenga mismo nombre que la preparatoria y la carrera comercial?

¿En caso afirmativo?, ¿por qué?

En caso negativo, explique sus desventajas.

-Determinación de precios

¿Que toman como base para determinar los precios, (colegiaturas e inscripciones)?

¿La competencia es un factor importante

Promoción de ventas, publicidad y relaciones públicas

¿Cuál es la forma como dan a conocer sus servicios educativos?

¿Qué tipo de publicidad realizan?

¿Qué medios de comunicación utilizan en su publicidad?

¿Consideras que son los medios idóneos?

De ser afirmativo, ¿por qué?

Respuesta negativa, ¿Cuáles propones y por qué?

Área de Finanzas

¿Qué estudios realizan para determinar los costos?

¿Cuáles son los costos en los que incurren normalmente?

¿Cómo distribuyen sus ingresos

¿Qué tipo de presupuestos manejan?

¿Cuáles son las funciones de los auditores externos?

Por ser una institución educativa, ¿qué impuestos pagan?

¿Cuáles son las principales actividades del área contable?

Integración

¿Existe integración en todos los departamentos?

¿Llevan a cabo capacitación para su personal?

Respuesta afirmativa, ¿Explique la capacitación que realizan?

¿Siguen algún proceso para el reclutamiento, selección e inducción del personal?, ¿Cuál?

Dirección

¿Qué funciones realiza la dirección?

¿Cuál es el clima organizacional que se tiene en la institución?

Control

¿Cuáles son las medidas de control que se llevan a cabo en la institución?

¿Qué tipo de mantenimiento a las instalaciones llevan a cabo?

¿Cada cuándo llevan a cabo este mantenimiento?

Click para Enviar Respuestas a su Asesor Nota.- Si no puede enviar directamente las respuestas, copiarlas a un procesador de palabras y enviarlas por el correo de su preferencia. Con el siguiente procedimiento: Estando en el Cuestionario:

Marcar lo que se quiera enviar

2) Edición

3) Copiar

4) Accesar al Procesador de Palabras (por ejemplo Word)

5) Edición

6) Pegado especial

7) Texto sin formato

8) Aceptar

JARABE PERLA S.A. DE C. V.

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

PROCESO ADMINISTRATIVO

Planeación

¿Cuál es la misión de la empresa?

¿Cuál es la visión?

¿Qué tipo de empresa es?

¿Cómo fue fundada?

¿Como ha sido su desarrollo hasta la fecha?

¿Cómo se realizó la planeación?

Organización

¿Existe una estructura bien definida en esta empresa?

¿Existen organigramas gráficos?

¿Cuántos niveles jerárquicos presenta?

¿La estructura organizacional que presenta la empresa le parece adecuada?

Respuesta negativa, ¿Qué estructura propone?

Afirmativa, ¿Por qué?

¿Cuáles son las áreas funcionales que presenta?

Dirección

¿Qué funciones realiza la Dirección?

¿Cuáles son los objetivos de la Dirección general?

¿Cuál es la misión general?

¿Qué departamentos dependen de la Dirección general?

ÁREA DE PRODUCCIÓN

¿Cuáles son las funciones en términos generales que realiza éste departamento?

¿Cuáles han sido los principales problemas que han tenido en esta área?

Diseño del producto

¿Cómo se diseñan los nuevos sabores de los productos?

¿Cómo se diseñan las nuevas presentaciones?

¿Cómo describiría el tipo de producto?

¿Cuáles son los atributos del producto?

¿Se realiza algún tipo de investigación para la elaboración del jarabe, etiqueta, presentación y empaque?

¿Qué importancia tiene el cliente para la elaboración del producto?

Localización y distribución de planta1.

¿Dónde se encuentra localizada la planta?

¿Es una empresa automatizada?

¿Qué tipo de maquinaria se usa?

¿Tiene la empresa maquinaria actualizada?

¿Qué tipo de producto se fabrica?

-Ingeniería de producción

¿Existe un proceso detallado de la fabricación?

¿Tienen diagramas de proceso?

¿Tienen recorrido de actividades?

Describe el orden lógico de producción

¿Cuántas horas al día trabaja la empresa?

¿Cuánto dura el proceso productivo?

¿Cuántos turnos se necesitan para cubrirlo?

¿Cuál es el rango de error que se permite?

¿Existen en la empresa normas de calidad?

Elaboración

¿Cuántos materiales se utilizan para la elaboración del jarabe?

¿Cuál es la diferencia de fabricar el jarabe con azúcar vs. con alta fructosa? 3. ¿Cómo se mezclan los productos? 4. ¿Para qué es el sopleteado de los envases?

-Programación

¿Cómo se maneja la programación y el control del producto?

¿Cada cuándo se realiza inventario?

¿Cómo se realiza el inventario?

¿Cómo se lleva el registro de la producción de cada trabajador?

¿Cuántas botellas se producen aproximadamente por día?

-Control de calidad

¿Cuáles son los mecanismos para el control de calidad?

¿Tienen normas de calidad

¿Cómo se logra la calidad en la producción? con los trabajadores?

Adquisición de materiales

¿Cómo eligen a sus proveedores?

¿Cuánto tiempo tienen trabajando con sus proveedores?

¿Cómo miden la calidad de sus proveedores?

¿Cómo evalúan la calidad de la materia prima?

¿Siempre trabajan con los mismos proveedores?

-Almacenaje

¿Qué tipo de materias primas se almacenan?

¿Tienen almacén de producto terminado y almacén de materia prima?

¿Cómo manejan el control en el almacén?

¿Requieren de un lugar específico de almacenamiento?

¿Qué cuidados se debe tener con las materias primas

-Mantenimiento y Conservación

¿Cuáles son los mecanismos de conservación y mantenimiento de la planta?

¿Tienen restricciones para estar en el área de producción?

-Transporte

¿Cuál es el medio de transporte que se utiliza para el manejo de transporte dentro de la empresa?

¿Cuál es el transporte de reparto de producto terminado al lugar de venta?

¿Cómo se controlan los envíos?

¿Cuánta es la distribución diaria que se transporta?

ÁREA DE MERCADOTECNIA

-Investigación de mercado

¿Realizan investigación de mercado directa al consumidor final?

- ¿Realizan investigación de mercados con sus clientes mayoristas?
- ¿De que forma obtienen información para la elaboración de sus jarabes?
- ¿Tiene la empresa algún proyecto para el año 2001?
- ¿Cómo conoce la empresa los gustos de los consumidores?
- ¿Quiénes son los consumidores del producto?
- ¿En dónde se consume habitualmente?
- ¿Cuál es su situación frente a la empresa?
- ¿Qué otros usos tiene el producto?
- ¿Cuál es el principal motivo del consumo del producto?

Diseño del Producto

- ¿Qué se tomó como base para el diseño del producto?
- ¿La presentación del producto es la adecuada?
- ¿El contenido del producto es adecuado a las necesidades del consumidor?
- ¿Cuántas presentaciones ofrecen?
- ¿Requieren de alguna regulación gubernamental?

-Diversificación

- ¿Se piensa a futuro crear nuevos productos?
- Respuesta afirmativa, ¿Cuáles?, y ¿para qué tipo de mercados?

-Marcas

- ¿Cómo se determinó la marca?
- ¿Es recomendable crear una imagen de marca en el consumidor final?
- En caso afirmativo, ¿por qué?, ¿cómo?
- En caso negativa, ¿por qué?

¿Cuál es el logotipo de la empresa y del producto?

¿El diseño de la etiqueta va acorde con el producto?, si, no, ¿Por qué?

¿Cómo etiquetan el producto?

¿Qué especificaciones tiene la etiqueta?

-Empaque

¿Cuál es el envase / empaque que se utiliza?

¿Cuáles son las ventajas - desventajas de éste?

¿Existe alguna norma en cuanto al empaque por ser un perecedero?

-Canales de distribución

¿Cuál es el canal de distribución que utilizan?

¿Le venden directamente al público?

¿Cuántos clientes tienen?

¿Cuál es su ventaja competitiva?

¿Cómo podrían incursionar en el mercado de consumo masivo?

¿Utilizan los mismos canales que sus competidores?

¿Qué problemas encontró en el sistema de distribución de la empresa?

¿Qué controles siguen en la logística de la distribución?

-Determinación de precios

¿Qué toman como base para determinar los precios?

¿La competencia es un factor importante para la determinación de los precios?

¿Los costos son determinantes en la fijación de precios? Si, no. ¿por qué?

¿Cómo consideran su precio en comparación con el de su competidor?

-Promoción de ventas y publicidad

¿Cuál es la forma como promocionan sus productos?

¿Deberían de hacer publicidad al consumidor directo?

De ser afirmativo, ¿por qué?. ¿cómo?

-Planeación de Ventas

¿Cómo manejan el control de ventas?

¿Cómo venden sus productos?

¿Cuál es la estrategia para buscar nuevos clientes?

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

-Reclutamiento

¿Cómo se recluta al personal?

¿Qué características deben de reunir los candidatos?

-Selección

¿Quién es el encargado de la selección de personal?

Como es una microempresa ¿requieren de un departamento de selección?, si, no. ¿Por qué?

-Contratación

¿Quién es la persona que realiza estas funciones?

¿Se realizan adecuadamente?

-Inducción

¿Pudo observar algún mecanismo de inducción de la empresa?

-Análisis de puestos

¿Se realiza análisis de puesto?

¿Cómo se determinaron las funciones?

-Prestaciones y servicios

¿Cuáles son las prestaciones que otorga la empresa?

¿Son suficientes?, ¿Agregaría alguna?

-Salarios e incentivos

¿Cuáles son los incentivos motivacionales que maneja Jarabe Perla?

¿Qué incentivos debería manejar para sus vendedores?

¿De que forma Jarabe Perla motiva a sus empleados?

ÁREA DE FINANZAS

-Obtención de recursos financieros

¿De donde se obtuvo el capital para crear la empresa?

¿Utilizan algún tipo de financiamiento?

Afirmativo, ¿de qué tipo?, respuesta negativa ¿por qué?

¿Qué tipo de información financiera genera la empresa?

¿Qué propuesta haría para elegir fuentes de financiamiento?

¿Tiene alguna debilidad financiera la empresa?

-Contabilidad

¿Quién realiza la contabilidad en la empresa?

¿Se realizan internamente, o contratan un despacho?

Mencione las ventajas y desventajas de cada uno de ellos

-Aplicación de recursos financieros

¿Cómo se han aplicado los recursos de la empresa en los últimos años?

-Crédito y cobranzas

Existe algún tipo de crédito con los compradores o distribuidores del producto?

Respuesta afirmativa, ¿Qué condiciones establece la empresa?

¿Cuáles son las políticas de control de créditos?

Click para Enviar Respuestas a su Asesor Nota.- Si no puede enviar directamente las respuestas, copiarlas a un procesador de palabras y enviarlas por el correo de su preferencia. Con el siguiente procedimiento: Estando en el Cuestionario:

- 1) Marcar lo que se quiera enviar
- 2) Edición
- 3) Copiar
- 4) Accesar al Procesador de Palabras (por ejemplo Word)
- 5) Edición
- 6) Pegado especial
- 7) Texto sin formato
- 8) Aceptar

Cuestionario

Servicio Express de Impresión S.A. de C. V.

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

ADMINISTRACIÓN GENERAL

-Planeación

¿Cuál es la misión de la empresa?

¿Cuál es la visión?

¿Qué tipo de empresa es?

¿Cómo fue fundada?

¿Como ha sido su desarrollo hasta la fecha?

¿Cómo se realiza la planeación?

Organización

¿Existe una estructura bien definida en esta empresa?

¿Existen organigramas gráficos?

¿Cuántos niveles jerárquicos presenta?

¿La estructura organizacional que presenta la empresa le parece adecuada?

¿ Cuántas y cuáles son las áreas funcionales que tiene la empresa?

¿Cuáles son las funciones principales de cada una de estas áreas?

¿Existen Manuales de Organización y Manuales de procedimientos?

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN GENERAL

¿Cuáles son las funciones principales del área de Administración General?

¿Quién lleva a cabo la supervisión y control de estas actividades?

¿Cuáles son las funciones del Director General?

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

-Reclutamiento

¿Cómo se recluta al personal?

¿Qué características deben de reunir los candidatos?

-Selección

¿Quién es el encargado de la selección de personal?

¿Cuál es el proceso que se sigue para la selección del personal?

-Contratación

¿Quién es la persona que realiza estas funciones?

¿Se realizan adecuadamente?

Después de la contratación ¿Qué trámites se deben de llevar a cabo?

-Inducción

¿Cuál es el programa de inducción que se tiene en la empresa?

-Capacitación

¿Qué tipo de actividades se realizan para capacitar al personal?

¿La Cámara de las Artes Gráficas colabora para la capacitación del personal?

Afirmativo, ¿De qué forma?

-Prestaciones y servicios

¿Cuáles son las prestaciones que otorga la empresa?

Son suficientes?, ¿Agregaría alguna?

-Salarios e incentivos

¿Cuáles son los incentivos que maneja Servicio Express de Impresión?

¿Le parecen adecuados?, ¿Propondría usted algún otro?

ÁREA DE FINANZAS

-Obtención de recursos financieros

1.¿De dónde se obtuvo el capital para crear la empresa?

¿Utilizan algún tipo de financiamiento?

Afirmativo, ¿de qué tipo?

¿De dónde obtienen los recursos financieros para trabajar?

-Contabilidad

¿Quién realiza la contabilidad en la empresa?

¿Se realizan internamente, o contratan un despacho?

Mencione las ventajas y desventajas de cada uno de ellos

-Aplicación de recursos financieros

¿Cómo se han aplicado los recursos de la empresa en los últimos años?

-Crédito y cobranzas

1. Existe algún tipo de crédito con los clientes?

Respuesta afirmativa, ¿Qué condiciones establece la empresa?

¿Cuáles son las políticas de control de créditos?

-Costos y presupuestos

¿En qué se basan para determinar sus costos?

¿Qué datos le son útiles para determinar sus presupuestos?

¿En qué datos basan sus proyecciones?

¿Cada cuándo realizan sus presupuestos?

ÁREA DE PRODUCCION

¿Cuáles son las funciones en términos generales que realiza éste departamento?

¿Cuál es el proceso productivo?

¿Cuáles han sido los principales problemas que han tenido en esta área?

-Localización y distribución de planta

¿Dónde se encuentra localizada la planta?

¿Qué tipo de maquinaria se usa?

¿Tiene la empresa maquinaria actualizada?

¿Qué tipo de producto se elabora?

-Elaboración

¿Cuántos materiales se utilizan para la impresión de los productos?

-Programación

¿Cómo se maneja la programación y el control de la producción?

¿Cómo se lleva el registro de la producción de cada trabajador?

-Control de calidad

¿Cuáles son los mecanismos para el control de calidad?

¿Tienen normas de calidad con los trabajadores?

¿Cómo se logra la calidad en la producción?

-Adquisición de materiales

¿Cómo eligen a sus proveedores?

¿Cuál es el departamento encargado de la compra de materiales?

¿Cómo evalúan la calidad de la materia prima?.

-Almacenaje

¿Qué tipo de materias primas se almacenan?

¿Tienen almacén de producto terminado y almacén de materia prima?

¿Cómo manejan el control en el almacén?

¿Requieren de un lugar específico de almacenamiento?

ÁREA DE MERCADOTECNIA

Investigación de mercados

¿Realizan investigación de mercado con su consumidor final?

2.¿Qué decisiones han tomado en base a los resultados de la investigación de mercados?

¿Cuál es su ventaja competitiva?

¿Cuál es su situación frente a la competencia?

¿Cómo se encuentran posicionados?

-Diseño del producto

¿Qué tipo de productos se realizan?

¿Realizan diseños específicos para cada producto?

-Diversificación

¿Se piensa a futuro crear nuevos productos?

Respuesta afirmativa, ¿Cuáles?, y ¿para qué tipo de mercados?

La impresión digital ¿será un mercado atractivo para la empresa?

-Determinación de precios

¿Qué toman como base para determinar los precios?

¿La competencia es un factor importante para la determinación de los precios?

¿Los costos son determinantes en la fijación de precios? Si, no. ¿por qué?

¿Cómo consideran su precio en comparación con el de su competidor?

Promoción de ventas y publicidad

¿Cuál es la forma como promocionan sus productos?

¿Qué tipo de promoción realizaban anteriormente?

¿Qué resultados tuvieron en ese momento?

¿Qué medios utilizan para la publicidad de su negocio?

-Administración de ventas

¿Cuáles son las funciones de la gerencia de ventas?

¿Cuáles son las funciones de los vendedores?

¿Cuál es el proceso para la realización de la venta?

¿Evalúe este proceso?

¿Qué formatos tiene para el control de ventas?

¿Los considera adecuados?, ¿Por qué?

¿Cuál es la estrategia para buscar nuevos clientes?

Click para Enviar las Respuestas a su Asesor Nota.-Si no puede enviar directamente las respuestas, copiarlas a un procesador de palabras y enviarlas por el correo de su preferencia. Con el siguiente procedimiento: Estando en el Cuestionario:

1) Marcar lo que se quiera enviar

2) Edición

3) Copiar

4) Accesar al Procesador de Palabras (por ejemplo Word)

5) Edición

6) Pegado especial

7) Texto sin formato

8) Aceptar

ARENA FILMS Y LOS ÁNGELES FILMS S.A. DE C. V.

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

ADMINISTRACIÓN GENERAL

-Proceso Administrativo

-Planeación

¿Cuáles son las razones que los motivaron a incursionar en este mercado?

¿Qué tipo de empresa es?

¿Cómo se inició en la producción de películas?

¿Cómo se lleva a cabo la planeación?

Con la información obtenida en el video, ¿cuál considera que sería la misión y visión de la empresa?

- Organización

¿Existe una estructura bien definida en esta empresa?

¿Qué tipo de organización es?

¿Cuántos niveles jerárquicos presenta?

La estructura organizacional que presenta la empresa ¿ le parece adecuada?

Respuesta negativa, ¿Qué estructura propone?

Afirmativa, ¿Por qué?

¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?

Diseñe un manual de organización para la empresa

ÁREA DE PRODUCCIÓN

¿Cuáles son las funciones en términos generales que realiza éste departamento?

¿Cómo se planea la producción de una película?

-Diseño del producto

¿Cómo se elige el libreto?

¿Se protege la producción intelectual de los escritores?

¿De que forma trabajan con los escritores?

¿Cómo describiría el tipo de producto?

¿Cuáles son los atributos del producto?

¿Se realiza algún tipo de investigación para la elaboración del guión?

¿Qué importancia tiene el medio ambiente para la elaboración del tema de la película?

-Ingeniería de producción

¿Cuál es el proceso que se sigue en la producción de una película?

¿Tienen diagramas de proceso?

Describa el orden lógico de producción?. Realice un diagrama de proceso

-Programación

¿Cómo se maneja la programación y el control en la producción de una película?

¿Evalúe esta forma de programar la producción?

ÁREA DE MERCADOTECNIA

-Investigación de mercados

¿Realizan algún tipo de investigación de mercados?

Proponga ¿qué tipo de investigación de mercados sería la adecuada para este tipo de empresa?

¿Cuáles son sus principales competidores?

¿Cuál es su ventaja competitiva?

-Diversificación

El negocio de las películas ha propiciado negocios alternativos. ¿Cuáles son éstos?

Es recomendable que tengan tanta diversificación? Si, no, ¿por qué?

¿Qué problemas administrativos trae consigo incursionar en otros negocios?

¿Es conveniente que la empresa también tenga el negocio de la producción de sus golosinas?

¿Qué tipo de ventajas/desventajas tiene la empresa al tener producción promocional (merchandising) de sus películas?

¿Qué problemas administrativos se enfrenta al tener estos productos promocionales?

-Marcas

¿Es importante que la empresa utilice una sola razón social? Si, no, ¿Por qué?

¿Es recomendable crear una imagen ?

En caso afirmativo, ¿por qué?, ¿cómo?

En caso negativo, ¿por qué?

¿Cuál es el logotipo de la empresa ?

Con respecto a los dulces, ¿Cuál es la marca que utilizan?

¿Es importante crear una imagen de marca en estos productos? Si, no, ¿por qué?

Los productos promocionales, ¿Tenían una marca? Si, ¿Cuál?, no

-Promoción de ventas y publicidad

¿Cuál es la forma como promocionan la película?

¿Qué tan importante son las premieres para dar a conocer una película?

¿Qué papel juegan los medios en la promoción de una película?

¿Qué promoción sugiere que hagan?

¿Qué tipo de publicidad realizan?

¿Considera idóneos los medios que utilizan para dar a conocer una película?

En caso negativo. Sugiera algunos otros

¿Cuánto destinan del presupuesto en la promoción de una película?

-Distribución

¿Cuál es la importancia de las empresas distribuidoras de películas?

En el caso de esta empresa: ¿Distribuyen directamente sus películas, o se las dan a una empresa distribuidora?

¿Qué ventajas tiene el poseer sus propias salas cinematográficas?

¿Cuánto tiempo se tarda en que lleguen a una sala de exhibición?

¿Cuáles son los parámetros que se siguen para que la película este en cartelera?

Distribuyen sus películas en el extranjero?, afirmativo, ¿En dónde?,

¿Cómo se eligen las salas de exhibición?

¿Se tiene que pasar por la Secretaria de Gobernación para poderla exhibir?

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

- Reclutamiento y Selección

¿Cómo y dónde reclutan al personal administrativo de la empresa?

¿Qué características deben de reunir los candidatos?

Para la filmación de una película cómo reclutan al personal?

¿Qué tan importante es el sindicato de cinematografía en su empresa?

¿Qué papel juega el sindicato en el reclutamiento y selección del personal para la filmación de una película?

¿En que se basan para elegir a los actores?

-Contratación

¿Cuáles son los trámites que deben seguirle a la contratación del trabajador?

¿Qué tipo de contrato es conveniente hacer?

-Inducción

¿Cuál sería el mecanismo de inducción para el trabajador?

-Prestaciones y servicios

¿Cuáles son las prestaciones que debe otorgar la empresa por ley?

¿Son suficientes?, ¿Agregaría alguna? ¿cuál?

-Salarios e incentivos

¿Qué tipo de incentivos se manejan para los trabajadores en la filmación de una película?

¿Qué incentivos debería manejar para sus trabajadores?

¿Cuál es la participación del sindicato en la fijación de los salarios e incentivos?

ÁREA DE FINANZAS

-Obtención de recursos financieros

¿El banco otorga préstamos para este tipo de negocios?

¿Qué tipo de financiamiento es otorgado?

¿Cuál es la importancia de las alianzas estratégicas para tener los recursos financieros, para la producción, promoción y distribución de una película?

¿De qué otra forma la empresa obtiene recursos?

¿Qué papel juegan las empresas patrocinadoras (Coca cola, Pepsi, IBM etcétera) para la obtención de recursos?

¿Cuánto es el tiempo aproximado en el cual se recupera la inversión?

¿De qué otras formas se puede obtener recursos en la explotación de una película?

¿Cuáles son los requisitos para que le otorguen crédito a una empresa de esta naturaleza en la banca privada?

¿Cuáles son los organismos que apoyan financieramente a este tipo de negocios?

¿Cuáles son los requisitos para que estos organismos presten dinero?

-Contabilidad

¿Quién realiza la contabilidad en la empresa?

¿Se realizan internamente, o contratan un despacho?

Mencione las ventajas y desventajas de cada uno de ellos

-Crédito y cobranzas

Existe algún tipo de crédito con las empresas distribuidoras de películas?

Respuesta afirmativa, ¿Qué condiciones establece la empresa?. ¿Cuáles son las políticas de control de créditos?

¿Le parecen adecuadas?, proponga.

Click para enviar las Respuestas a su Asesor Nota.-Si no puede enviar sus respuestas directamente, copiarlas a un procesador de palabras y enviarlas por el correo de su preferencia. Con el siguiente procedimiento: Estando en el Cuestionario:

- 1) Marcar lo que se quiera enviar
- 2) Edición
- 3) Copiar
- 4) Accesar al Procesador de Palabras (por ejemplo Word)
- 5) Edición
- 6) Pegado especial
- 7) Texto sin formato
- 8) Aceptar

Cuestionario

Industrializadora de Amaranto Molotla S. P. R. de R. L.

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

ADMINISTRACIÓN GENERAL

-Proceso Administrativo

-Planeación

¿Cuáles son las razones que los motivaron a incursionar en este mercado?

¿Qué tipo de empresa es?

¿Cuáles son los antecedentes de la empresa?

¿Cómo se inició en la producción de amaranto?

¿Cómo se lleva a cabo la planeación?

Con la información obtenida en el video, ¿cuál considera que sería la misión y visión de la empresa?

¿Cuál ha sido el papel del FONAES para la planeación de la empresa?

Investigue ¿Cuáles son las características de la Sociedad De Producción Rural de Responsabilidad Limitada?

-Organización

¿Existe una estructura bien definida en esta empresa?

¿Qué tipo de organización es?

¿Cuántos niveles jerárquicos presenta?

La estructura organizacional que presenta la empresa ¿ le parece adecuada?

Respuesta negativa, ¿Qué estructura propone?

Afirmativa, ¿Por qué?

¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?

8. Diseñe un manual de organización para la empresa

ÁREA DE PRODUCCIÓN

¿Cuáles son las funciones en términos generales que realiza éste departamento?

¿Cuáles han sido los principales problemas que han tenido en esta área?

-Diseño del producto

¿Cómo se produce el amaranto?

¿Qué tipo de planta es?

¿Cuáles son sus períodos de cultivo?

¿Cuándo se cosecha?

¿Qué tipo de productos elaboran?

¿Cómo se diseñan los nuevos productos de amaranto?

¿Qué productos se podrían desarrollar?

¿Cómo describiría el tipo de producto?

¿Cuáles son los atributos del producto?

¿Se realiza algún tipo de investigación para la elaboración de la etiqueta, presentación, envase y embalaje?

¿Qué importancia tiene el cliente para la elaboración del producto?

-Localización y distribución de planta

¿Dónde se encuentra localizada la planta?

¿Es una empresa sistematizada?

¿Qué tipo de maquinaria se usa?

¿El proceso de manufactura emplea equipo moderno?

¿Qué tipo de productos se fabrican?

¿Considera que la planta esta distribuida adecuadamente?

¿Cómo podría mejorar su proceso de producción?

-Ingeniería de producción

¿Existe un proceso detallado de la fabricación desde la siembra, cosecha, hasta su empaque y distribución?

¿Tienen diagramas de proceso?, si no existe, proponga uno

¿Tienen diagrama de recorrido de actividades? si no, proponga uno

¿Cuántas horas al día trabaja la empresa?

Calcule el tiempo de producción total por unidad y los tiempos parciales por operación

¿Cuál es la capacidad productiva?, exprésela en días, meses y años

¿Cuántos turnos se necesitan para cubrirlo?

¿Existen en la empresa normas de calidad?

-Elaboración

¿Cuántos materiales se utilizan para la elaboración de los productos de amaranto?

¿Que diferencias existen en los procesos de fabricación de cada uno de los productos?

Si usted fabricara otros productos ¿cómo los fabricaría?

¿El empackado en papel celofán lo considera adecuado? En tanto a: Tiempo, limpieza,

facilidad, y costo; haga propuestas

-Programación

¿Cómo se maneja la programación y el control del producto? Si no, haga propuestas

¿Se realiza inventario?

¿Cómo se realiza el inventario?

¿Cómo se lleva el registro de la producción de cada trabajador?

¿Cuántas palanquetas (alegrías) se producen aproximadamente por día?

¿Cuántas piezas debe de producir para entrar en el mercado guatemalteco?, ¿Puede?

-Control de calidad

¿Cuáles son los mecanismos para el control de calidad?

¿Tienen normas de calidad con los trabajadores?

¿Cómo se logra la calidad en la producción?

-Adquisición de materiales

¿Qué beneficio les acarrea ser ellos mismos proveedores de insumos básicos?

¿Miden la calidad de sus proveedores?

¿Cómo evalúan la calidad de la materia prima?

-Almacenaje

¿Qué tipo de materias primas se almacenan?

¿Tienen almacén de producto terminado y almacén de materia prima?

¿Cómo manejan el control en el almacén?

¿Requieren de un lugar específico de almacenamiento?

¿Qué cuidados se debe tener con las materias primas y con los productos terminados?

¿Cuánto tiempo puede almacenar el amaranto?

-Mantenimiento y Conservación

¿Cuáles son los mecanismos de conservación y mantenimiento de la planta?

¿Tienen restricciones para estar en el área de producción?, aporte sugerencias

-Transporte

¿Tienen medio de transporte de los campos de producción a la fábrica? Si, de que tipo,¿ lo considera suficiente?

¿Existe transporte de reparto de producto terminado al lugar de venta?

¿Cómo se controlan los envíos? Sugiera alguno

ÁREA DE MERCADOTECNIA

-Investigación de mercados

¿Realizan algún tipo de investigación de mercado? Si, ¿de qué forma?, ¿a quién?, no, sugiera ¿cómo sería?

¿Cómo obtienen información para elaborar nuevos productos?

¿La empresa tiene proyectos para el año 2001?, ¿Cuáles?, ¿Están fundamentados en algún estudio de mercado?

Cómo conoce la empresa los gustos de los consumidores?

¿Quiénes son los consumidores del producto?

¿En dónde se consume habitualmente?

¿Cuál es su situación frente a la competencia?

¿Cuál es el principal motivo del consumo del producto?

¿Proponga una investigación para la comida en base al amaranto?

-Diseño del producto

¿Describa la variedad de productos que se pueden realizar a base de amaranto?

¿Para qué segmento de mercado es cada uno de estos productos?

¿La presentación del producto es la adecuada?

¿El contenido del producto (palanquetas) es adecuado a las necesidades del consumidor?

¿Requieren de alguna regulación gubernamental?, ¿De quién?

-Diversificación

¿Considera que los productos salados tendrían aceptación?

Respuesta afirmativa, ¿Cuáles más?, y ¿cómo lo presentaría?

Dentro de los productos dulces, ¿Sugiera nuevas presentaciones o nuevas alternativas?

Presente un cuadro que explique: ¿en qué etapa del ciclo de vida se encuentran cada uno de los productos que ofrece Molotla?

-Marcas

¿Cómo se determinó la marca?

¿Es recomendable crear una imagen de marca en el consumidor final?

En caso afirmativo, ¿por qué?, y ¿cómo?

En caso negativa, ¿por qué?

¿Cuál es el logotipo de la empresa y del producto?

¿El diseño de la etiqueta va acorde con el producto?, si, no, ¿Por qué?

¿Cómo etiquetan el producto?

¿Qué especificaciones tiene la etiqueta?.¿Cuáles debe de tener?

¿Proponga algunos diseños de etiqueta?

-Empaque

¿Cuál es el envase / empaque que se utiliza en las palanquetas?

¿Cuáles son las ventajas - desventajas de éste?

¿Existe alguna norma en cuanto al empaque de este producto?

¿Sugiera algún tipo de empaque para los productos salados?

¿Cómo se podría mejorar el empaque de los productos dulces?

-Canales de distribución

¿Cuál es el canal de distribución que utilizan?

¿Le venden directamente al público?

¿Cuántos clientes tienen?

¿Cuál es su ventaja competitiva?

¿Cómo podrían incursionar en el mercado de consumo masivo con productos dulces? Y

¿con productos salados?

¿Cuáles son los requisitos para poder entrar a vender en las tiendas de autoservicio?

¿Cómo podrían entrar a este mercado?

¿Qué otros mercados serían interesantes para comercializar?

¿Qué problemas encontró en el sistema de distribución de la empresa?

¿Qué controles siguen en la logística de la distribución? Si no, proponga alguno

-Determinación de precios

¿Qué toman como base para determinar los precios?

¿La competencia es un factor importante para la determinación de los precios?

¿Los costos son determinantes en la fijación de precios? Si, no. ¿por qué?

¿Cómo consideran su precio en comparación con el de su competidor?

-Promoción de ventas y publicidad

¿Cuál es la forma como promocionan sus productos?

¿La participación en ferias ha sido productiva?

¿Cómo deberían promocionar sus productos, pensando en la falta de recursos que tiene la empresa?

Haga diferentes propuestas de promoción, para este tipo de empresa?

-Planeación de ventas

¿Existe algún control de ventas? Si, ¿cómo es? No, proponga

¿Cómo venden sus productos?

¿Cuál es la estrategia para buscar nuevos clientes?

¿Cuántos vendedores tiene la empresa?

¿Requieren de más vendedores?, si ¿Cuántos?, No ¿Por qué?

Si requiere de más vendedores, proponga un plan de ventas que contenga: objetivo, número y características de los vendedores, zonas de venta, controles y supervisión, plan de comisiones etc.

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

-Reclutamiento

¿Cómo se recluta al personal para trabajar grandes pedidos?

¿Qué características deben reunir los candidatos?

-Selección

¿Quién es el encargado de la selección de personal?

-Contratación

¿Cómo están contratados los empleados?

¿Tienen beneficios conforme a la ley?, si, no ¿Por qué?

-Análisis de puestos

¿Existe una separación adecuada de las funciones? Si, no ¿Debería de existir?, ¿de qué forma?

¿Cómo se determinaron las funciones?, proponga alternativas

-Salarios e incentivos

¿Existen incentivos para los empleados de Molotla?, si, no, ¿deberían existir?, proponga

ÁREA DE FINANZAS

-Obtención de recursos financieros

De donde se obtuvo el capital para crear la empresa?

¿Utilizan algún tipo de financiamiento?

¿Cuál ha sido la participación del FONAES para la obtención de recursos?

¿Qué tipo de información financiera genera la empresa?

¿Qué propuesta haría para elegir fuentes de financiamiento?

¿Cuáles son los principales problemas financieros que tiene la empresa?

-Contabilidad

¿Quién realiza la contabilidad en la empresa?

¿Se realizan internamente, o contratan un despacho?

Mencione las ventajas y desventajas de cada uno de ellos

-Aplicación de recursos financieros

¿Cómo se han aplicado los recursos de la empresa en los últimos años?

-Crédito y cobranzas

Existe algún tipo de crédito con los compradores o distribuidores del producto?

Respuesta afirmativa, ¿Qué condiciones establece la empresa

Click para enviar las Respuestas a su Asesor Nota.-Si no puede enviar directamente las respuestas, copiarlas a un procesador de palabras y enviarlas por el correo de su preferencia. Con el siguiente procedimiento: Estando en el Cuestionario:

1) Marcar lo que se quiera enviar

- 2) Edición
- 3) Copiar
- 4) Accesar al Procesador de Palabras (por ejemplo Word)
- 5) Edición
- 6) Pegado especial
- 7) Texto sin formato
- 8) Aceptar

Cuestionario

GEBARA S.A. de C. V.

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

ADMINISTRACIÓN GENERAL

¿Cuál es la misión de la empresa?

¿Cuál es la visión?

¿Qué tipo de empresa es?

¿Cómo fue fundada?

¿Como ha sido su desarrollo hasta la fecha?

ÁREA DE PRODUCCIÓN

-Diseño del producto

¿Cómo se diseñan las nuevas telas?

¿Cómo describiría el tipo de producto?

¿Cuáles son los atributos del producto?

¿Se realiza algún tipo de investigación para el diseño de las telas?

¿Qué importancia tiene el cliente para la elaboración de los diseños?

-Localización y distribución de planta

¿Dónde se encuentra localizada la planta?

¿Es una empresa automatizada?

¿Qué tipo de maquinaria se usa?

¿Tiene la empresa maquinaria actualizada?

¿Qué tipo de producto se fabrica?

-Ingeniería de producción

¿Existe un proceso detallado de la fabricación?

¿Tienen diagramas de proceso?

¿Tienen recorrido de actividades?

Describa el orden lógico de producción

¿Explique la participación de la computadora en el proceso productivo?

¿Existen en la empresa normas de calidad?

-Elaboración

¿Cuántos hilos se utilizan en un telar?

¿Cuál es la diferencia de hacer la matriz del diseño en cartón que en papel?

Describe el proceso de fabricación de las telas

¿Cómo se distribuye el color?

¿Qué realiza la perforadora?

¿Cuántas teclas tiene la perforadora?

¿Qué es el urdido?

¿Qué es el jackard?

-Programación

¿Cómo se maneja la programación y el control del producto?

¿Cada cuándo se realiza inventario?

¿Cómo se realiza el inventario?

¿Cómo se lleva el registro de la producción de cada trabajador?

-Control de calidad

¿Cuáles son los mecanismos para el control de calidad?

¿Tienen normas de calidad con los trabajadores?

¿Existen normas de calidad en la industria textil?

Adquisición de materiales

¿Cómo eligen a sus proveedores?

¿Cuánto tiempo tienen trabajando con sus proveedores?

¿Cómo miden la calidad de sus proveedores?

¿Cómo evalúan la calidad de la materia prima?

ÁREA DE MERCADOTECNIA

-Investigación de mercados

¿Realizan investigación de mercado directa al consumidor final?

¿Realizan investigación de mercados con sus clientes mayoristas?

¿De que forma obtienen información para el diseño de las telas?

-Diseño del producto

Se aplican las mismas preguntas del inciso 2.1 de esta guía 1. ¿Cómo se diseñan las nuevas telas?

¿Cómo describiría el tipo de producto?

¿Cuáles son los atributos del producto?

¿Se realiza algún tipo de investigación para el diseño de las telas?

¿Qué importancia tiene el cliente para la elaboración de los diseños?

-Marcas

¿Es recomendable crear una imagen de marca?

En caso afirmativo, ¿por qué?, ¿cómo?

En caso negativa, explique sus desventajas.

-Canales de distribución

¿Cómo eligen a sus compradores?

¿Le venden directamente al público?

¿Cuántos clientes tienen?

¿Cuál es su ventaja competitiva?

-Determinación de precios

¿Qué toman como base para determinar los precios?

¿La competencia es un factor importante para la determinación de los precios?

-Promoción de ventas y publicidad

¿Cuál es la forma como promocionan sus productos?

¿Deberían de hacer publicidad al consumidor directo?

De ser afirmativo, ¿por qué?. ¿cómo?

-Planeación de ventas

¿Cómo manejan el control de ventas?

¿Cómo venden sus productos?

Click para Enviar las Respuestas a su Asesor. Nota.-Si no puede enviar directamente las respuestas, copiarlas a un procesador de palabras y enviarlas por el correo de su preferencia. Con el siguiente procedimiento: Estando en el Cuestionario:

- 1) Marcar lo que se quiera enviar
- 2) Edición
- 3) Copiar
- 4) Accesar al Procesador de Palabras (por ejemplo Word)
- 5) Edición
- 6) Pegado especial
- 7) Texto sin formato
- 8) Aceptar

Final del formulario

Cuestionario

Portacredenciales de México S.A. de C. V.

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

ADMINISTRACIÓN GENERAL

PROCESO ADMINISTRATIVO

-Planeación

¿Cuáles son los objetivos (general, social y económico) de la empresa?

¿Qué tipo de empresa es?

¿Cómo fue fundada?

¿Cada cuándo se realiza la planeación?

¿Cómo se lleva a cabo la planeación?

¿Está de acuerdo con los puntos anteriores, haga sus propuestas

Con la información obtenida en el video, ¿cuál considera que sería la misión y visión de la empresa?

-Organización

¿Existe una estructura bien definida en esta empresa?

¿Qué tipo de organización es?

¿Cuántos niveles jerárquicos presenta?

La estructura organizacional que presenta la empresa ¿ le parece adecuada?

Respuesta negativa, ¿Qué estructura propone?

Afirmativa, ¿Por qué?

¿Cuáles son las funciones de cada departamento?

¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?

Diseñe un manual de organización para la empresa

-Dirección

¿Qué funciones realiza la dirección?

¿Qué estilo de dirección señala?

¿Por qué habla de la Administración por objetivos?, explique este concepto

¿Qué departamentos dependen de la Dirección general?

ÁREA DE PRODUCCIÓN

¿Cuáles son las funciones en términos generales que realiza éste departamento?

¿Cómo se planea la producción?

-Diseño del producto

¿Cómo se diseñan los productos promocionales?

¿Cómo se diseñan los nuevos productos?

¿Cómo describiría el tipo de producto?

¿Cuáles son los atributos del producto

¿Se realiza algún tipo de investigación para la elaboración del producto?

¿Qué importancia tiene el cliente para el diseño del producto?

-Ingeniería de Producción

¿Existe un proceso detallado de fabricación?

¿Tienen diagramas de proceso?

¿Tienen recorrido de actividades?

Describa el orden lógico de producción?. Realice un diagrama de proceso

¿Existen en la empresa normas de calidad?

-Elaboración

¿Cuántos materiales se utilizan para la elaboración del producto?

¿Cuántas herramientas se utilizan para la fabricación de los productos?

¿Qué maquinaria utilizan?

- Programación

¿Cómo se maneja la programación y el control del producto?

¿Evalúe esta forma de programar la producción?

¿Existe algún control de las unidades producidas?

-Control de Calidad

¿Cuáles son los mecanismos para el control de calidad?

¿Tienen normas de calidad con los trabajadores?

¿Cómo se logra la calidad en la producción?

¿Qué tipo de controles debería de tener?

-Adquisición de materiales.

¿Cómo se planea la compra de materiales?

¿Tienen materia prima para otros proyectos, o van comprando como lo van requiriendo?

Ventajas/ desventajas de cada alternativa

ÁREA DE MERCADOTECNIA

Investigación de mercados

¿Realizan algún tipo de investigación de mercados?

Proponga ¿qué tipo de investigación de mercados sería la adecuada para este tipo de empresa?

¿La empresa conoce a su competencia?

¿La empresa conoce su ventaja competitiva?

- Diseño del producto

¿En qué se basan para diseñar los productos?

¿Sería conveniente que tuvieran un producto de línea? Si, no, ¿por qué?

¿Qué ventajas/desventajas tendría?

-Diversificación

¿Es recomendable que tengan tanta diversificación? Si, no, ¿por qué?

- Marcas

¿La empresa tiene alguna marca para sus productos?

¿Es recomendable crear una imagen de marca?

En caso afirmativo, ¿por qué?, ¿cómo?

En caso negativa, ¿por qué?

¿Cuál es el logotipo de la empresa?

-Determinación de Precios.

¿Qué toman como base para determinar los precios? ¿Esta de acuerdo? Si, no ¿por qué?

¿La competencia es un factor importante para la determinación de los precios?

¿El cliente es un factor importante para la determinación del precio?

-Promoción de ventas y publicidad

¿Cuál es la forma como promocionan sus productos?

¿Qué promoción sugiere que hagan?

¿Deberían hacer publicidad? Si, ¿en que medio?, no, ¿por qué?

-Planeación de ventas.

¿Tienen programa de ventas?

¿Tienen vendedores?

¿Qué recomendaría para mejorar su administración de ventas?

Proponga un programa de ventas para la empresa

Proponga una estrategia para buscar nuevos clientes

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

-Reclutamiento

¿Dónde deberían reclutar a su personal?

¿Qué características deben reunir los candidatos?

-Selección

¿Quién deberá ser el encargado de la selección de personal?

Como es una microempresa ¿requieren de un departamento de selección?, si, no. ¿Por qué?

-Contratación.

¿Quién deberá realizar estas funciones?

¿Cuáles son los trámites que deben seguirle a la contratación del trabajador?

¿Qué tipo de contrato es conveniente hacer?

-Inducción.

¿Cuál sería el mecanismo de inducción para el trabajador?

-Prestaciones.

¿Cuáles serían las prestaciones que debe otorgar la empresa por ley?

¿Son suficientes?, ¿Agregaría alguna? ¿cuál?

-Salarios e incentivos

¿Deberán de crearse incentivos para mejorar la productividad?, Proponga

¿Qué incentivos debería manejar para sus vendedores?

ÁREA DE FINANZAS

-Obtención de recursos financieros

¿Qué tipo de crédito sería recomendable?

¿Dónde y cómo lo podría obtener?

¿Cuáles son los requisitos para que le otorguen crédito a una empresa de esta naturaleza en la banca privada?

¿Cuáles son los organismos que apoyan financieramente a las microempresas?

¿Cuáles son los requisitos para que estos organismos presten dinero a las microempresas?

-Contabilidad.

¿Quién realiza la contabilidad en la empresa?

¿Se realizan internamente, o contratan un despacho?

Mencione las ventajas y desventajas de cada uno de ellos

-Aplicación de recursos financieros

¿Dónde deberán aplicarse los recursos que se obtengan del financiamiento?

-Crédito y cobranzas

1.Existe algún tipo de crédito con los compradores o distribuidores del producto?

Respuesta afirmativa, ¿Qué condiciones establece la empresa?. ¿Cuáles son las políticas de control de créditos?

¿Le parecen adecuadas?, proponga.

Final del formulario

En este ultimo cuestionario, hemos incluido las cajas para contestar las preguntas que se plantean en el video en formato C. D. y las contestaciones serán enviadas vía Internet al asesor.

Cuestionario

VELAS SAN DIEGO S.A. DE C. V.

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

-1.ADMINISTRACIÓN GENERAL

-1.2 Planeación

-1.¿Cuál es la misión de la empresa?

-2.¿Cuál es la visión?

-3.¿Qué tipo de empresa es?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a downward-pointing triangle. On the bottom side, there are two square buttons: one with a left-pointing triangle and one with a right-pointing triangle.

-4. ¿Cómo fue fundada?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a downward-pointing triangle. On the bottom side, there are two square buttons: one with a left-pointing triangle and one with a right-pointing triangle.

-5.¿Como ha sido su desarrollo hasta la fecha?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a downward-pointing triangle. On the bottom side, there are two square buttons: one with a left-pointing triangle and one with a right-pointing triangle.

-6.¿Cómo se realizó la planeación?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a downward-pointing triangle. On the bottom side, there are two square buttons: one with a left-pointing triangle and one with a right-pointing triangle.

-1.2 Organización

-1.¿Existe una estructura bien definida en esta

empresa?

A text input field with a light beige background. The text "empresa?" is positioned to the left of the field. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a downward-pointing triangle. On the bottom side, there are two square buttons: one with a left-pointing triangle and one with a right-pointing triangle.

-2. ¿Existen organigramas gráficos?

-3. ¿Cuántos niveles jerárquicos presenta?

-4. ¿La estructura organizacional que presenta la empresa le parece

adecuada?

-5. Respuesta negativa, ¿Qué estructura propone?

-6. Afirmativa, ¿Por qué?

-2. ÁREA DE PRODUCCIÓN

-1. ¿Cuáles son las funciones en términos generales que realiza éste

departamento?

-2.1 Diseño del producto

-1. ¿Cómo se diseñan los nuevos tipos de velas (aromáticas, PVC, velas de tarro de vaso

decorado, de color etcétera)?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a downward-pointing triangle. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right-pointing triangles respectively.

-2. ¿Cómo se diseñan las nuevas presentaciones?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a downward-pointing triangle. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right-pointing triangles respectively.

-3. ¿Cómo describiría el tipo de producto?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a downward-pointing triangle. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right-pointing triangles respectively.

-4. ¿Cuáles son los atributos del producto?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a downward-pointing triangle. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right-pointing triangles respectively.

-5. ¿Se realiza algún tipo de investigación para el diseño de las velas presentación, envase

y embalaje?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a downward-pointing triangle. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right-pointing triangles respectively.

-6. ¿Qué importancia tiene el cliente para la elaboración del

producto?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a downward-pointing triangle. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right-pointing triangles respectively.

-2.2 Localización y distribución de planta

-1. ¿Dónde se encuentra localizada la planta?

An empty text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small square with an upward-pointing triangle, a small square with a downward-pointing triangle, and a small square with a rightward-pointing triangle. On the bottom left, there are two small square buttons: one with a leftward-pointing triangle and one with a rightward-pointing triangle.

-2. ¿Es una empresa automatizada?

An empty text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small square with an upward-pointing triangle, a small square with a downward-pointing triangle, and a small square with a rightward-pointing triangle. On the bottom left, there are two small square buttons: one with a leftward-pointing triangle and one with a rightward-pointing triangle.

-3. ¿Qué tipo de maquinaria se usa?

An empty text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small square with an upward-pointing triangle, a small square with a downward-pointing triangle, and a small square with a rightward-pointing triangle. On the bottom left, there are two small square buttons: one with a leftward-pointing triangle and one with a rightward-pointing triangle.

-4. ¿Tiene la empresa maquinaria actualizada?

An empty text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small square with an upward-pointing triangle, a small square with a downward-pointing triangle, and a small square with a rightward-pointing triangle. On the bottom left, there are two small square buttons: one with a leftward-pointing triangle and one with a rightward-pointing triangle.

-5. ¿Qué tipo de producto se fabrica?

An empty text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small square with an upward-pointing triangle, a small square with a downward-pointing triangle, and a small square with a rightward-pointing triangle. On the bottom left, there are two small square buttons: one with a leftward-pointing triangle and one with a rightward-pointing triangle.

-6. ¿Cuál es la capacidad productiva de la empresa?

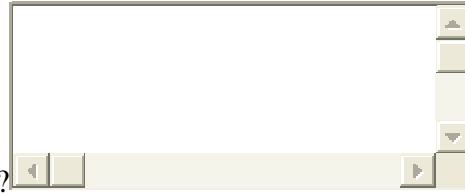
An empty text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small square with an upward-pointing triangle, a small square with a downward-pointing triangle, and a small square with a rightward-pointing triangle. On the bottom left, there are two small square buttons: one with a leftward-pointing triangle and one with a rightward-pointing triangle.

-7. ¿Tienen espacio para crecer?

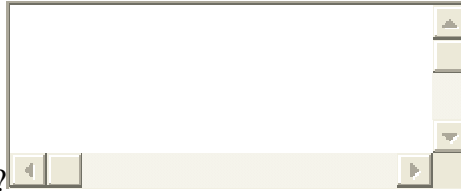
An empty text input field with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small square with an upward-pointing triangle, a small square with a downward-pointing triangle, and a small square with a rightward-pointing triangle. On the bottom left, there are two small square buttons: one with a leftward-pointing triangle and one with a rightward-pointing triangle.

-2.3 Ingeniería de producción

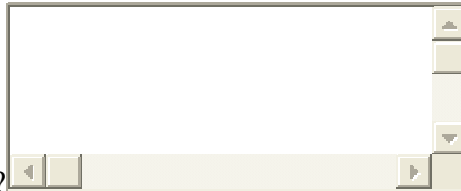
-1. ¿Existe un proceso detallado de la fabricación?



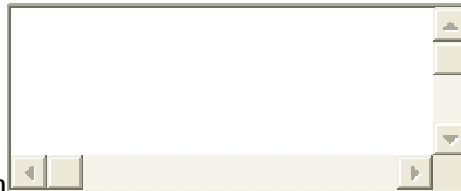
-2. ¿Tienen diagramas de proceso?



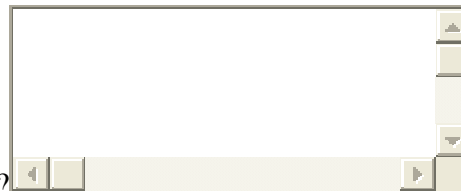
-3. ¿Tienen recorrido de actividades?



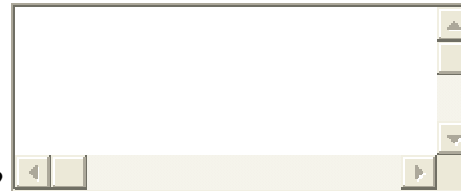
-4. Describa el orden lógico de producción



-5. ¿Cuál es el rango de error que se permite?

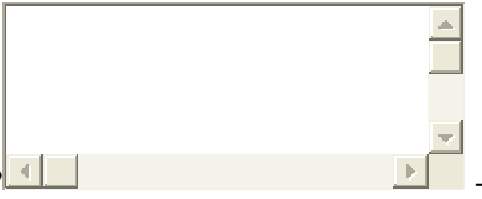


-6. ¿Existen en la empresa normas de calidad?



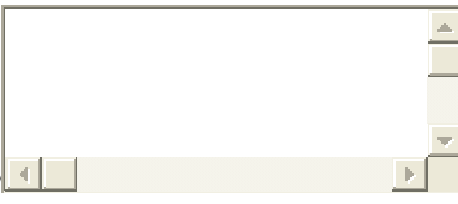
-2.4 Elaboración

-1. ¿Cuántos materiales se utilizan para la elaboración de las

velas? 

-2.5 Programación

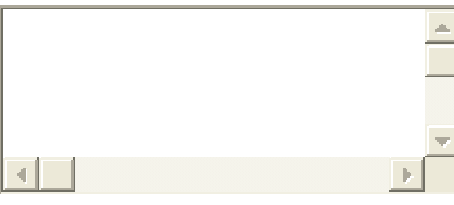
-1. ¿Cómo se maneja la programación y el control del

producto? 

-2. ¿Cada cuándo se realiza inventario? 

-3. ¿Cómo se realiza el inventario? 

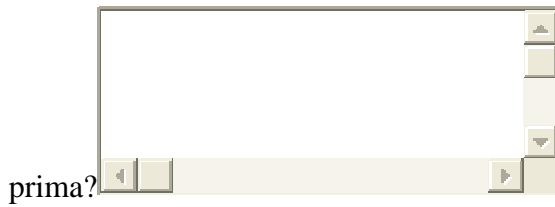
-2.6 Control de calidad

-1. ¿Tienen normas de calidad con los trabajadores? 

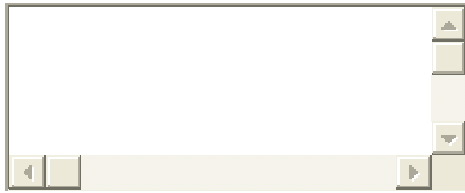
-2. ¿Cómo se logra la calidad en la producción? 

-2.7 Compras o adquisición de materiales

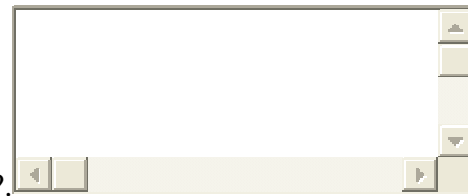
-1. ¿Qué proceso siguen para la compra de materia



-2. ¿Existe algún sistema computarizado para el manejo de inventarios?



-3. ¿Cómo evalúan la calidad de la materia prima?

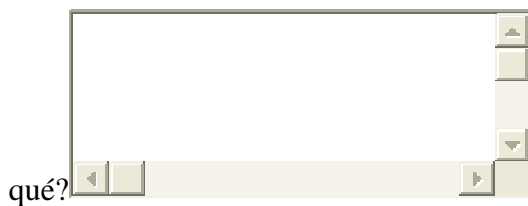


-2.8 Almacenaje

-1. En el video se muestra ¿Algún tipo de almacén de productos tanto de materia prima

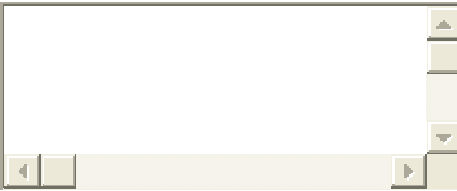


-2. ¿Aunque no aparece usted cree que lo tienen?, Si, No ¿Por



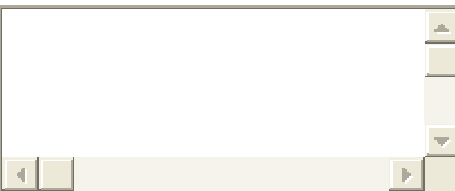
-3. ¿Requieren de un lugar específico de

almacenamiento?



-4. ¿Qué cuidados se debe tener con las materias

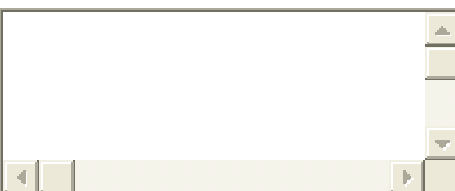
primas



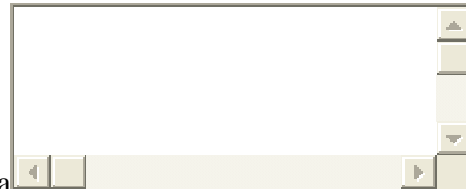
-2.9 Mantenimiento y conservación

-1. ¿Existen mecanismos de conservación y mantenimiento de la

planta?



-2. Evalúe los comentarios del Gerente de la planta

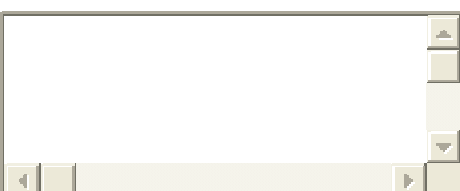


-3. ÁREA DE MERCADOTECNIA

-3.1 Investigación de mercados

-1. ¿Realizan investigación de mercado directa al consumidor

final?



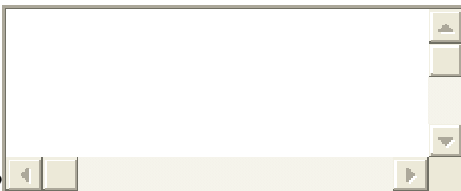
-2. ¿Realizan investigación de mercados con sus

distribuidores?

An empty rectangular survey box with a light beige background. It has a vertical stack of four navigation buttons on the right side: a top arrow pointing up, a square button, a square button, and a bottom arrow pointing down. On the bottom edge, there are two square buttons: one on the left with a left-pointing arrow and one on the right with a right-pointing arrow.

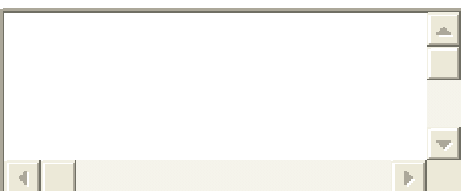
-3. ¿De que forma obtienen información para la elaboración de sus

velas?

An empty rectangular survey box with a light beige background. It has a vertical stack of four navigation buttons on the right side: a top arrow pointing up, a square button, a square button, and a bottom arrow pointing down. On the bottom edge, there are two square buttons: one on the left with a left-pointing arrow and one on the right with a right-pointing arrow.

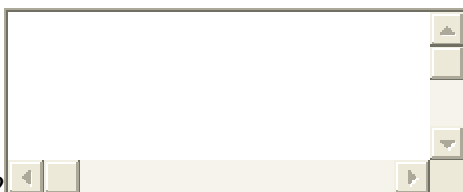
-4. ¿Tiene la empresa algún proyecto para el año --

2001?

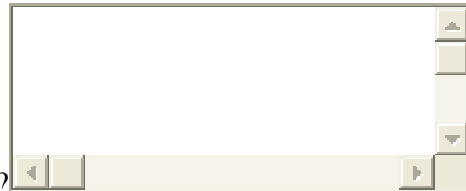
An empty rectangular survey box with a light beige background. It has a vertical stack of four navigation buttons on the right side: a top arrow pointing up, a square button, a square button, and a bottom arrow pointing down. On the bottom edge, there are two square buttons: one on the left with a left-pointing arrow and one on the right with a right-pointing arrow.

-5. ¿Tiene la empresa sistemas de información

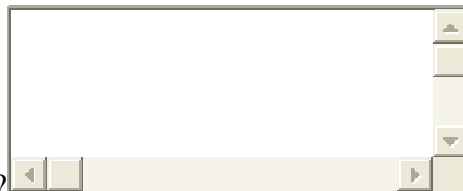
mercadológica?

An empty rectangular survey box with a light beige background. It has a vertical stack of four navigation buttons on the right side: a top arrow pointing up, a square button, a square button, and a bottom arrow pointing down. On the bottom edge, there are two square buttons: one on the left with a left-pointing arrow and one on the right with a right-pointing arrow.

-6. ¿Quiénes son los consumidores del producto?

An empty rectangular survey box with a light beige background. It has a vertical stack of four navigation buttons on the right side: a top arrow pointing up, a square button, a square button, and a bottom arrow pointing down. On the bottom edge, there are two square buttons: one on the left with a left-pointing arrow and one on the right with a right-pointing arrow.

-7. ¿En dónde se consume habitualmente?

An empty rectangular survey box with a light beige background. It has a vertical stack of four navigation buttons on the right side: a top arrow pointing up, a square button, a square button, and a bottom arrow pointing down. On the bottom edge, there are two square buttons: one on the left with a left-pointing arrow and one on the right with a right-pointing arrow.

-8. ¿Qué otros usos tiene el producto?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are four small square buttons stacked vertically: a top arrow, a middle square, a bottom arrow, and a right-pointing triangle. On the bottom side, there are two small square buttons: a left-pointing triangle and a right-pointing triangle.

-10. ¿Cuál es el principal motivo del consumo del

producto?.

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are four small square buttons stacked vertically: a top arrow, a middle square, a bottom arrow, and a right-pointing triangle. On the bottom side, there are two small square buttons: a left-pointing triangle and a right-pointing triangle.

-11. ¿Obtienen información estadística para la toma de decisiones?, si, ¿De qué

tipo?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are four small square buttons stacked vertically: a top arrow, a middle square, a bottom arrow, and a right-pointing triangle. On the bottom side, there are two small square buttons: a left-pointing triangle and a right-pointing triangle.

-3.2 Diseño del producto

-1. ¿Qué se toma como base para el diseño de los diferentes tipos de -

velas?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are four small square buttons stacked vertically: a top arrow, a middle square, a bottom arrow, and a right-pointing triangle. On the bottom side, there are two small square buttons: a left-pointing triangle and a right-pointing triangle.

-2. ¿La presentación del producto es la adecuada?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are four small square buttons stacked vertically: a top arrow, a middle square, a bottom arrow, and a right-pointing triangle. On the bottom side, there are two small square buttons: a left-pointing triangle and a right-pointing triangle.

-3. ¿Cuántas presentaciones ofrecen?

An empty rectangular text input field with a light beige background. On the right side, there are four small square buttons stacked vertically: a top arrow, a middle square, a bottom arrow, and a right-pointing triangle. On the bottom side, there are two small square buttons: a left-pointing triangle and a right-pointing triangle.

-5. ¿Requieren de alguna regulación gubernamental?

An empty text input field with a light beige background. On the right side, there are four small square buttons: a top arrow, a square, a downward arrow, and a right arrow.

-3.3 Diversificación

-1. ¿Cuántos tipos diferentes de velas manejan?

An empty text input field with a light beige background. On the right side, there are four small square buttons: a top arrow, a square, a downward arrow, and a right arrow.

-2. ¿Se piensa a futuro crear nuevos productos?

An empty text input field with a light beige background. On the right side, there are four small square buttons: a top arrow, a square, a downward arrow, and a right arrow.

-3. Respuesta afirmativa, ¿Cuáles?, y ¿para qué tipo de

mercados?

An empty text input field with a light beige background. On the right side, there are four small square buttons: a top arrow, a square, a downward arrow, and a right arrow.

-3.4 Marcas

-1. ¿Tienen marca las velas?

An empty text input field with a light beige background. On the right side, there are four small square buttons: a top arrow, a square, a downward arrow, and a right arrow.

-2. ¿Es recomendable crear una imagen de marca en el consumidor

final?

An empty text input field with a light beige background. On the right side, there are four small square buttons: a top arrow, a square, a downward arrow, and a right arrow.

-3. En caso afirmativo, ¿por qué?, ¿cómo?

An empty rectangular text input field with a light beige background. It features a vertical scrollbar on the right side and horizontal navigation arrows (left and right) at the bottom corners.

-4. En caso negativa, ¿por qué?

An empty rectangular text input field with a light beige background. It features a vertical scrollbar on the right side and horizontal navigation arrows (left and right) at the bottom corners.

-5. ¿Cuál es el logotipo de la empresa y del producto?

An empty rectangular text input field with a light beige background. It features a vertical scrollbar on the right side and horizontal navigation arrows (left and right) at the bottom corners.

-6. ¿El diseño de la etiqueta va acorde con el producto?, si, no, ¿Por

qué?

An empty rectangular text input field with a light beige background. It features a vertical scrollbar on the right side and horizontal navigation arrows (left and right) at the bottom corners.

-7. ¿Cómo etiquetan el producto?

An empty rectangular text input field with a light beige background. It features a vertical scrollbar on the right side and horizontal navigation arrows (left and right) at the bottom corners.

-8. ¿Qué especificaciones tiene la etiqueta?.

An empty rectangular text input field with a light beige background. It features a vertical scrollbar on the right side and horizontal navigation arrows (left and right) at the bottom corners.

-3.5 Empaque

-1. ¿Cuántos tipos de empaques se utilizan?

-2. ¿Cuáles son las ventajas - desventajas de utilizar cada uno de

ellos?

-3. ¿Existe alguna norma en cuanto al empaque?

-3.6 Canales de distribución

-1. ¿Cuál es el canal de distribución que utilizan?

-2. ¿Que porcentaje de sus ventas esta destinado a los

mayoristas?

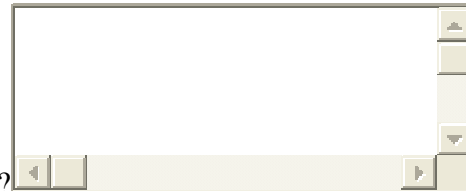
-3. ¿Qué porcentaje esta destinado a los detallistas?

-4. ¿Cuánto esta destinado a las tiendas de

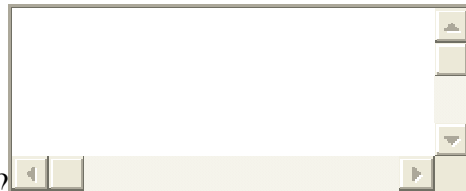
autoservicio?



-5. ¿Cómo eligieron a sus canales de distribución?



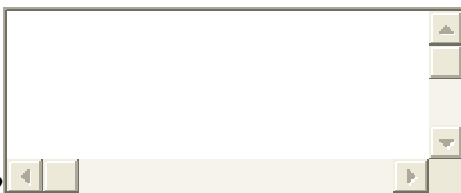
-6. ¿Cuál es su ventaja competitiva?



-3.7 Determinación de precios

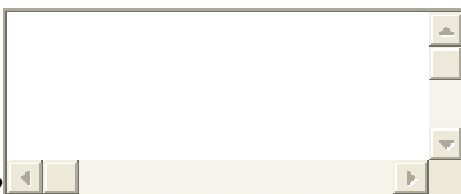
-1. ¿Qué toman como base para determinar los -

precios?



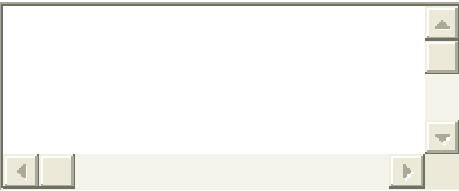
-2. ¿La competencia es un factor importante para la determinación de los

precios?



-3. ¿Los costos son determinantes en la fijación de precios? Si, no. ¿por

qué?



-4. ¿Cómo consideran su precio en comparación con el de su

competidor?



-5. ¿Qué tipo de costos se manejan en la empresa?



-3.8 Promoción de ventas y publicidad

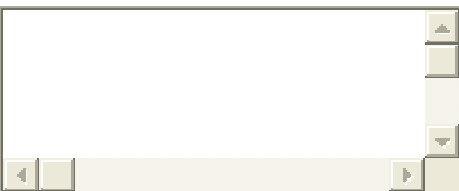
-1. ¿Cuál es la forma como promocionan sus -

productos?



-2. ¿Es importante anunciarse en las revistas religiosas? Si, no ¿por

qué?



-3. ¿Qué tipo de promoción le recomendaría que

realizará?



-3.9 Planeación de ventas

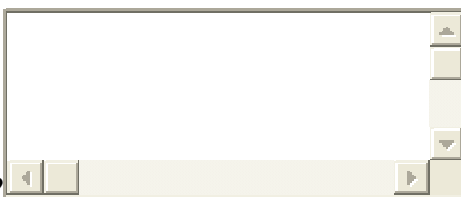
-1. ¿Cómo manejan el control de ventas?



-2. ¿Cómo venden sus productos?



-3. ¿Cuál es la estrategia para buscar nuevos clientes?

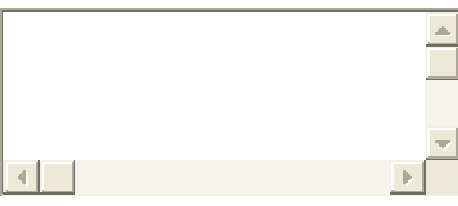


-4. ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

-4.1 Inducción y entrenamiento

-1. ¿Los empleados reciben algún tipo de entrenamiento?, afirmativo, ¿de qué

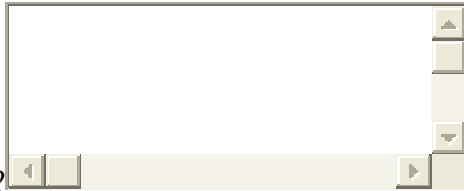
tipo?



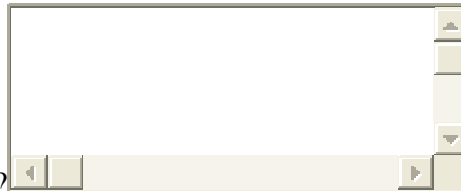
-4.2 Análisis de puestos

-1. ¿Están clasificados los diferentes puestos operativos de la

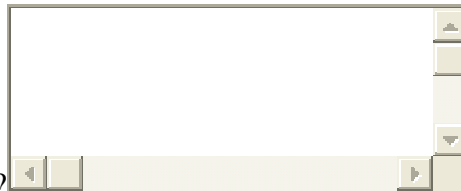
empresa?



-2. ¿Se realiza análisis de puesto?



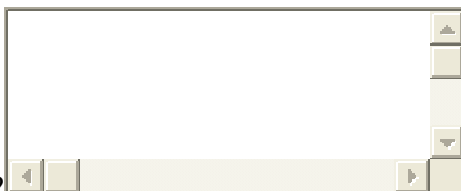
-3. ¿Cómo se determinaron las funciones?



-4.3 Prestaciones y servicios

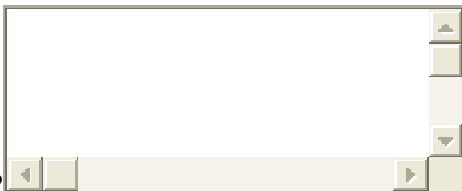
-1. ¿Cuáles son las prestaciones que otorga la empresa? ¿Son suficientes?, ¿Agregaría

alguna?

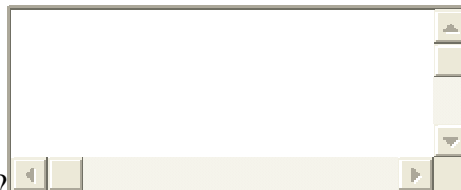


-2. ¿A todos los empleados les otorgan los beneficios de

ley?



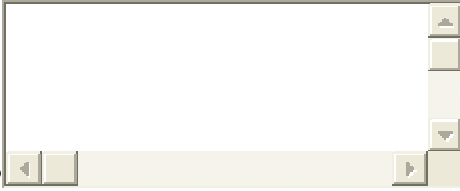
-3. ¿Tienen sus registros en orden?



-4.4 Salarios e incentivos

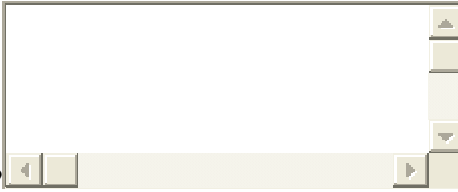
-1. ¿Cuáles son los incentivos motivacionales que maneja Velas San

Diego?



-2. ¿Qué incentivos debería manejar para sus

vendedores?



-3. ¿De qué forma Velas San Diego motiva a sus

empleados?

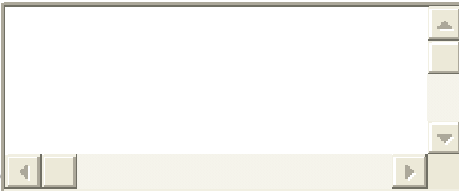


-5. ÁREA DE FINANZAS

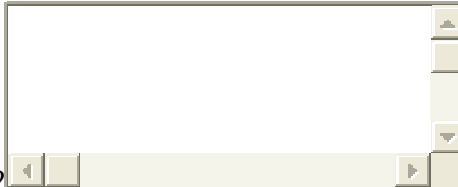
-5.1 Obtención de recursos financieros

-1. ¿De donde se obtuvo el capital para crear la

empresa?

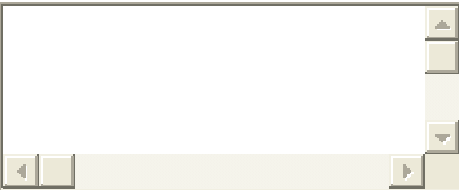


-2. ¿Utilizan algún tipo de financiamiento?



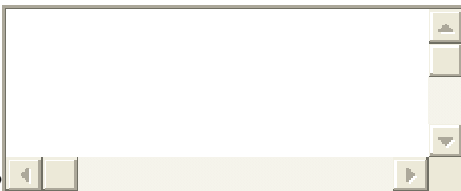
-2. Afirmativo, ¿de qué tipo?, respuesta negativa ¿por

qué?



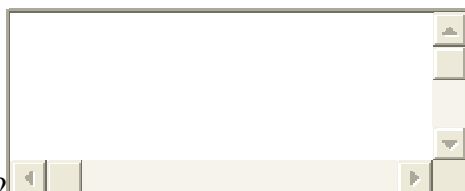
-3. ¿Qué tipo de información financiera genera la

empresa?

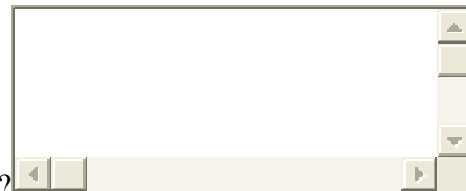


-4. ¿Qué propuesta haría para elegir fuentes de

financiamiento?

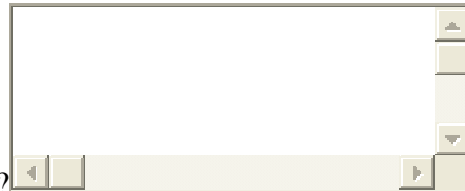


-5. ¿Tiene alguna debilidad financiera la empresa?



-5.2 Contabilidad

-1. ¿Quién realiza la contabilidad en la empresa?



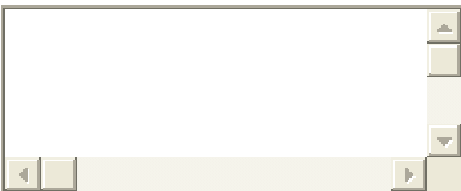
-2. ¿Se realizan internamente, o contratan un

despacho?



-3. Mencione las ventajas y desventajas de cada uno de

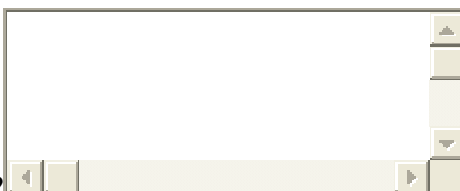
ellos



-5.3 Crédito y cobranzas

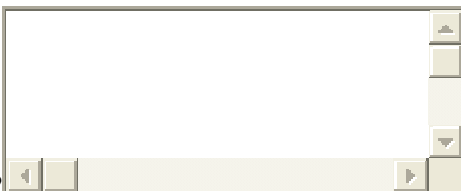
-1. Existe algún tipo de crédito con los compradores o distribuidores del

producto?

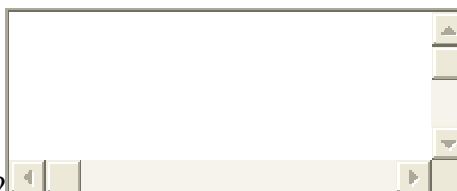


-2. Respuesta afirmativa, ¿Qué condiciones establece la

empresa?



-3. ¿Cuáles son las políticas de control de créditos?



Final del formulario

Final del formulario

**ANEXO 6 CUESTIONARIOS APLICADOS A ALUMNOS DE LA FACULTAD
DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DE LA UNAM.**

Los cuestionarios, son los mismos que están en los videos en formato C. D. que se puede enviar por la red y se pueden manejar en un servidor.

Cuestionario. Yakult

Examen video- caso práctico yakult s.a. de c. V.

Nombre del alumno:

Número de cuenta:

Grupo:

ADMINISTRACIÓN GENERAL

- ¿Cuál es el objetivo de la empresa?
- ¿Cuáles son las políticas de la empresa?
- ¿Cuál es la filosofía de Yakult?
- ¿Bajo que condiciones fue fundada?
- ¿Qué importancia tiene que sea la casa matriz japonesa?

ÁREA DE FINANZAS

- ¿De donde se obtuvo el capital para crear la empresa?

- ¿Usan dinero de la banca comercial o de la de fomento?
- ¿Cuáles son los mecanismos para elegir las fuentes de financiamiento?
- ¿Qué propuesta haría para elegir fuentes de financiamiento?
- ¿Se genera información financiera prospectada?
- ¿Qué opina usted? Cree que lo anterior es adecuado.
- ¿Qué decisiones se toman según los resultados de la prospección?
- ¿Tiene alguna debilidad financiera la empresa?
- ¿El contador de la empresa que funciones tiene?
- ¿Cómo funcionan las relaciones con los trabajadores, en función de las prestaciones?

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS.

- ¿Cómo se recluta el personal?
- ¿Qué características deben de tener los candidatos?
- Para ingresar a la empresa ¿cuáles son los requerimientos que deben de llevar los solicitantes?
- ¿Considera adecuado el sistema de reclutamiento de la empresa?
- Analicé si el video presenta la evaluación de las aptitudes, actitudes y conocimientos de los aspirantes y opine críticamente.
- Ante lo anterior, ¿qué agregaría usted en los requisitos que se piden?
- ¿Cuál es el perfil que se pide para seleccionar a sus ejecutivos?
- ¿Pudo observar algún mecanismo de inducción de la empresa? (opine al respecto)

- ¿Cómo se establece el contacto del recién contratado en la empresa?
- ¿Qué actividades se manejan en la empresa para que el contratado se adapte a la empresa?

ÁREA DE PRODUCCIÓN

- ¿Cómo fue que pensó en el producto para salir al mercado?
- ¿Qué tipo de producto es?
- ¿Cuál es la política de la empresa en cuanto a la producción?
- ¿Cómo se podría describir el producto?
- ¿Cuáles son las bondades del producto?
- ¿A base de que esta hecho?
- ¿Existe otro producto que compita con Yakult?
- ¿Se hace investigación para producir el Yakult?
- ¿Cómo surgió la idea de producir Yakult en México?
- ¿Es importante la apariencia del producto para los compradores?

ÁREA DE MERCADOTECNIA

- ¿Conoce la empresa sus mercados reales?
- ¿Tiene la empresa algún proyecto de expansión para el año 2000?
- ¿Cómo conoce la empresa los gustos de los consumidores?
- ¿Quienes son los consumidores del producto?

- ¿Cuál es su situación frente a la competencia?
- ¿Quiénes son sus principales consumidores?
- ¿Cuál es el mercado potencial de la empresa?
- 8¿Cuál es el principal motivo del consumo del producto?
- 9¿Qué se tomo como base para el diseño del producto?
- ¿La presentación del producto es adecuada?
- ¿Considera adecuada la forma y el lugar de venta de los productos?

¿Cuál es la problemática principal que se presenta en la empresa?

Ponga soluciones a esa problemática.

De su opinión del video en cuanto a: (califique entre 1-bueno, 2-malo)

• Sonido.	•
• Imágenes.	•
• Contenido académico.	•
• Relación académica- práctica.	•
• Claridad del contenido.	•
• Como apoyo a la docencia.	•
• Duración.	•

Cuestionario Cartón Fénix

Examen video- caso práctico cartón fénix s.a. de c. V.

Nombre del alumno:

Número de cuenta:

Grupo:

ADMINISTRACIÓN GENERAL

- ¿Qué tipo empresa es?
- ¿Cuáles son los pros y contras de este tipo de empresas? (opine al respecto)
- ¿Cuáles la misión de la empresa Carón Fénix S.A. de C. V.?
- ¿Cuáles son los objetivos que plantea la empresa?
- ¿Cuál es la estructura organizacional de la empresa?, ¿Qué opina de ella?

ÁREA DE FINANZAS

- ¿De donde se obtuvo el capital para crear la empresa?
- ¿De donde se obtuvo el capital para ampliarla?
- ¿De donde se obtuvo el capital para mejorar la empresa?, (opine al respecto)
- ¿Cuáles son los mecanismos para elegir las fuentes de financiamiento?

- ¿Cuáles son los requisitos que se deben llenar en el caso?
- ¿A que tipo de banca se acude en el caso?
- ¿Bajo que políticas de la empresa se piden y se aplican los recursos?
- ¿Cómo funcionan las relaciones con los trabajadores en función de las prestaciones?
- ¿Qué porcentaje del capital se destina a instalaciones, maquinaria, equipo y materia prima?
- ¿Para el otorgamiento de créditos que condiciones establece la empresa?

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

- ¿cómo se recluta el personal?
- ¿Qué valores se piden y deben tener los candidatos?
- ¿Qué tipo de gente pide la empresa?
- Analice si el video presenta la evaluación de las actitudes, aptitudes y conocimientos de los aspirantes y opine críticamente.
- Ante lo anterior ¿Qué agregaría usted en los requisitos que se piden?
- ¿A quién pondría usted como encargada de la contratación del personal en la empresa?
- ¿Por qué?

- ¿Pudo observar algún mecanismo de inducción de la empresa?
(opine al respecto)
- ¿Cómo se establece el contacto del contratado con la empresa?
- ¿Conoce el contratado al entrar a trabajar los objetivos, políticas y reglas de la empresa?

ÁREA DE PRODUCCIÓN

- ¿Cómo fue que pensó en el producto o productos que se iban a hacer?
- ¿Se hace investigación acerca de los requerimientos que solicitan los compradores del producto?
- ¿Es importante la apariencia del producto para los compradores?
- ¿Qué tiempo de vida ofrece el producto?
- ¿Si los productos salen con algún defecto hay posibilidad de cambio?
- ¿Se pueden arreglar las fallas en el producto?
- ¿Dónde se localiza la planta?
- ¿Cómo se hizo dicha elección?
- ¿Cuál es el orden lógico de la producción?
- ¿Existen condiciones de higiene y seguridad?

ÁREA DE MERCADOTECNIA

- ¿Conoce la empresa sus mercados reales?
- ¿Cómo conoce la empresa los gustos de los consumidores?
- ¿De que forma le afecta a la empresa la situación económica, política y social del país?
- ¿Qué otros factores del medio ambiente han afectado a la empresa?
- ¿Cuál es la situación frente a la competencia?
- ¿Realiza investigación de mercado?, si es así, ¿Cada cuanto?
- ¿Cuáles son los canales de distribución del producto?
- ¿Considera que son adecuados?
- ¿Cuáles pondría usted?
- ¿En que se basaron para diseñar su producto?

RESPUESTAS A LOS CUESTIONARIOS PILOTO APLICADOS A LOS
ALUMNOS DE LA FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION
PARA PROBAR LOS VIDEOS EMPRESARIALES YAKULT Y CARTON FENIX
YAKULT

MUESTRA DE 60 ALUMNOS DE 8° SEMESTRE CARRERA DE
ADMINISTRACION

	SI ESTA	NO ESTA	NO APLICA	SI ESTA	NO ESTA	NO APLICA
ADMINISTRACIÓN GENERAL						
Pregunta 1	60			100 %	0%	
Pregunta 2	60			100%	0%	
Pregunta 3	60			100%	0%	
Pregunta 4	60			100%	0%	
Pregunta 5	60			100%	0%	
ÁREA DE FINANZAS						
Pregunta 1	48	12		80%	20%	
Pregunta 2	36	24		60%	40%	
Pregunta 3	60			100%	0%	
Pregunta 4	60			100%	0%	
Pregunta 5	60			100%	0%	
Pregunta 6	60			100%	0%	
Pregunta 7	60			100%	0%	
Pregunta 8	60			100%	0%	

Pregunta 9	36	24		60%	40%	
Pregunta 10	60			100%	0%	
ÁREA DE RECURSOS HUMANOS						
Pregunta 1	36	12	12	60%	20%	20%
Pregunta 2	60			100	0%	
Pregunta 3	60			100	0%	
Pregunta 4	48	12		80%	20%	
Pregunta 5	48	12		80%	20%	
Pregunta 6	60			100%	0%	
Pregunta 7	60			100%	0%	
Pregunta 8	36	24		80%	20%	
Pregunta 9	60			100%	0%	
Pregunta 10	60			100%	0%	
ÁREA DE PRODUCCIÓN						
Pregunta 1	36	12	12	60%	20%	20%
Pregunta 2	60			100	0%	
Pregunta 3	60			100	0%	

Pregunta 4	48	12		80%	20%	
Pregunta 5	48	12		80%	20%	
Pregunta 6	60			100%	0%	
Pregunta 7	60			100%	0%	
Pregunta 8	36	24		80%	20%	
Pregunta 9	60			100%	0%	
Pregunta 10	60			100%	0%	
ÁREA DE MERCADOTECNIA						
Pregunta 1	36	12	12	60%	20%	20%
Pregunta 2	60			100	0%	
Pregunta 3	60			100	0%	
Pregunta 4	48	12		80%	20%	
Pregunta 5	48	12		80%	20%	
Pregunta 6	60			100%	0%	
Pregunta 7	60			100%	0%	
Pregunta 8	36	24		80%	20%	
Pregunta 9	60			100%	0%	
Pregunta 10	60			100%	0%	

CARTÓN FENIX

MUESTRA DE 60 ALUMNOS DE 8° SEMESTRE CARRERA DE ADMINISTRACION

	SI ESTA	NO ESTA	NO APLICA	SI ESTA	NO ESTA	NO APLICA
ADMINISTRACIÓN GENERAL						
Pregunta 1	60			100%		
Pregunta 2	52	8		85.8%	13.2%	
Pregunta 3	24	36		39.6%	59.2%	
Pregunta 4	36	24		59.2%	39.6%	
Pregunta 5	8	52		13.2%	85.8%	
ÁREA DE FINANZAS						
Pregunta 1	52	8		85.8%	13.2%	
Pregunta 2	56	4		92.4%	6.6%	
Pregunta 3	44	16		72.6%	26.4%	
Pregunta 4	24	36		39.6%	52.9%	
Pregunta 5	28	20	12	46.25%	33%	19.8%
Pregunta 6	60			100%		
Pregunta 7	8	12	40	13.2%	19.8%	66%

Pregunta 8	20	40		33%	66%	
Pregunta 9	4	56		6.6%	92.4%	
Pregunta 10	16	36	8	26.4%	59.2%	13.2%
ÁREA DE RECURSOS HUMANOS						
Pregunta 1	32	28		52.8%	46.25%	
Pregunta 2	48	12		79.2%	19.8%	
Pregunta 3	40	20		66%	33%	
Pregunta 4		4	56		6.6%	92.4%
Pregunta 5		4	56		6.6%	92.4%
Pregunta 6		4	56		6.6%	92.4%
Pregunta 7		4	56		6.6%	92.4%
Pregunta 8	8	36	16	13.2%	59.2%	26.4%
Pregunta 9	8	52		13.2%	85.8%	
Pregunta 10	16	40	4	26.4%	66%	6.6%
ÁREA DE PRODUCCIÓN						
Pregunta 1	52	4	4	85.8%	6.6%	6.6%
Pregunta 2	44	16		72.6%	26.4%	

Pregunta 3	48	12		79.2%	19.8%	
Pregunta 4	48	12		79.2%	19.8%	
Pregunta 5	28	4	28	46.25%	6.6%	46.25%
Pregunta 6	16	44		26.4%	72.6%	
Pregunta 7	40	20		66%	33%	
Pregunta 8	12	48		19.8%	79.2%	
Pregunta 9	60			100%		
Pregunta 10	8	44	8	13.2%	72.6%	13.2%
ÁREA DE MERCADOTECNIA						
Pregunta 1	52	8		85.8%	13.2%	
Pregunta 2	56	4		92.4%	6.6%	
Pregunta 3	48	12		79.2%	19.8%	
Pregunta 4	44	16		72.6%	26.4%	
Pregunta 5	40	20		66%	33%	
Pregunta 6	12	48		19.8%	79.2%	
Pregunta 7	52	8		85.8%	13.2%	
Pregunta 8	20	40		33%	66%	
Pregunta 9		4	56		6.6%	92.4%
Pregunta 10	52	8		85.8%	13.2%	

Como podemos observar el grupo “A” al cual se le proyectó el video con el caso de Yakult tuvo una mayor concentración al observar el video, lo contrario que con el grupo “B” al cual se le proyectó el video del caso de cajas de cartón Fénix.

CUADRO RESUMEN.

En el siguiente cuadro, establecemos los resultados de respuestas de los alumnos encuestados en la muestra por tipo de video por área funcional y un resumen de respuestas afirmativas, negativas y que no aplican.

RESPUESTA AREA	YAKULT			CARTON FENIX		
	SI ESTA	NO ESTA	NO APLICA	SI ESTA	NO ESTA	NO APLICA
ADMINISTRACION	100%	0	0	60%	40%	0
FINANZAS	90%	10%	0	52%	37%	10%
RECURSOS HUMANOS	90%	8%	2%	25%	34%	10%
PRODUCCION	90%	8%	2%	59%	34%	41%
MERCADOTECNIA	90%	8%	2%	62%	27%	11%
RESUMEN	92%	7%	1%	52%	34%	14%

Se observa que en el caso de YAKULT, lo que mejor se entendió fue lo referente a administración, en CARTON FENIX también pero lo que menos se comprendió fue lo referente a recursos humanos.

En promedio si esta tiene un 72% de que si se observo, 20 % que no se observo y un 8% que no aplica.

Cabe hacer la aclaración que el cuestionario fue elaborado en base a las preguntas que se les hizo a los entrevistados por lo que todo esta contestado en el video.

En el evento mismo, se dieron diferentes preguntas de parte de los asistentes a mi persona respecto al interés que despertaba en ellos por este tipo de recurso didáctico; en el sentido de su utilidad y facilidad de comprensión de los aspectos empresariales y administrativos.

Así mismo los videos les dan a conocer fortalezas y debilidades de sector empresarial de México. Lo anterior no podría llevarse a cabo ya que es imposible llevar físicamente a los 120 alumnos que participaron en esta prueba piloto a las empresas objeto del estudio.

CUESTIONARIOS DE LOS OTROS VIDEOS.

ESCUELA COMERCIAL NÚÑEZ FRAGOSO

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

Planeación

¿Cuál es la misión de la institución?

¿Cuál es la visión?

¿Qué tipo de empresa es?

¿Cómo fue fundada?

¿Como ha sido su desarrollo hasta la fecha?

¿Cómo se realizó la planeación?

¿Para las carreras que desean implementar?, ¿cómo llevaron a cabo la planeación de las mismas?

Organización

¿Existe una estructura bien definida en esta institución?

¿Existen organigramas gráficos?

¿Cuántos niveles jerárquicos presenta?

¿La estructura organizacional que presenta la institución le parece adecuada?

Respuesta negativa, ¿Qué estructura propone?

Afirmativa, ¿Por qué?

- Dirección general

¿Cuáles son los objetivos de la Dirección general?

¿Cuáles funciones realiza la Dirección general?

¿Qué departamentos dependen de la Dirección general?

¿Qué actividades realiza el departamento de proyectos especiales?

¿Cuáles son sus objetivos?

¿Qué departamentos lo integran?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de mercadotecnia?

¿Cuáles son las funciones de este departamento?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de relaciones públicas?

¿De quién dependen las áreas de Servicios académicos, escolares e informáticas?

Dirección de servicios académicos

¿Cuáles son los objetivos de la Dirección de Servicios académicos?

¿Cuáles son las funciones de ésta dirección?

¿Qué departamentos dependen de esta Dirección?

¿Cuáles son las funciones del Departamento de psicología?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de Psicología?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de Biblioteca?

¿Cuáles son las funciones del departamento de Biblioteca?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de Pedagogía?

¿Cuáles son las funciones del departamento de Pedagogía?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de Acción Social?

¿Cuáles son las funciones del departamento de Acción Social?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de Idiomas?

¿Cuáles son las funciones del departamento de Idiomas?

¿Cuáles son los objetivos del departamento de Educación Física?

¿Cuáles son las funciones del departamento de Educación Física?

-Dirección de Servicios Escolares

¿Cuáles son las funciones de esta dirección?

¿Cuáles son los objetivos de esta dirección?

¿Esta usted de acuerdo con estas funciones y objetivos? 4. Respuesta afirmativa, ¿Por qué?

Respuesta negativa, Proponga, otras funciones.

-Dirección de servicios computacionales

¿Cuáles son las funciones de esta dirección?

¿Cuáles son los objetivos de esta dirección?

¿Esta usted de acuerdo con estas funciones y objetivos?

Respuesta afirmativa, ¿Por qué?

Respuesta negativa, Proponga, otras funciones.

-Mercadotecnia

¿Quién es su mercado meta?

¿Como satisfacen las necesidades de sus clientes (alumnos-padres de familia)?

¿Cómo se encuentran frente a su competencia?

¿Cuál es su ventaja competitiva?

-Investigación de mercados

¿Realizan investigación de mercado?

¿Que tipo de investigación de mercados realizan?

¿A quién le hacen investigación de mercados?

¿Contratan los servicios de una empresa externa?

¿De qué forma obtienen información de su competencia?

¿En que se basaron para abrir las carreras de Contaduría y Administración?

¿En qué se basan para abrir las nuevas carreras?

-Diseño del producto y/o servicio1.

¿Qué tipo de servicio ofrecen?

¿En qué etapa del ciclo de vida se encuentra cada una de las carreras que ofrecen?

¿Cuál es el proceso que siguieron para lanzar las carreras?

-Marcas

¿Es recomendable que la Universidad tenga mismo nombre que la preparatoria y la carrera comercial?

¿En caso afirmativo?, ¿por qué?

En caso negativo, explique sus desventajas.

-Determinación de precios

¿Que toman como base para determinar los precios, (colegiaturas e inscripciones)?

¿La competencia es un factor importante

Promoción de ventas, publicidad y relaciones públicas

¿Cuál es la forma como dan a conocer sus servicios educativos?

¿Qué tipo de publicidad realizan?

¿Qué medios de comunicación utilizan en su publicidad?

¿Consideras que son los medios idóneos?

De ser afirmativo, ¿por qué?

Respuesta negativa, ¿Cuáles propones y por qué?

Área de Finanzas

¿Qué estudios realizan para determinar los costos?

¿Cuáles son los costos en los que incurren normalmente?

¿Cómo distribuyen sus ingresos

¿Qué tipo de presupuestos manejan?

¿Cuáles son las funciones de los auditores externos?

Por ser una institución educativa, ¿qué impuestos pagan?

¿Cuáles son las principales actividades del área contable?

Integración

¿Existe integración en todos los departamentos?

¿Llevan a cabo capacitación para su personal?

Respuesta afirmativa, ¿Explique la capacitación que realizan?

¿Siguen algún proceso para el reclutamiento, selección e inducción del personal?, ¿Cuál?

Dirección

¿Qué funciones realiza la dirección?

¿Cuál es el clima organizacional que se tiene en la institución?

Control

¿Cuáles son las medidas de control que se llevan a cabo en la institución?

¿Qué tipo de mantenimiento a las instalaciones llevan a cabo?

¿Cada cuándo llevan a cabo este mantenimiento?

Click para Enviar Respuestas a su Asesor Nota.- Si no puede enviar directamente las respuestas, copiarlas a un procesador de palabras y enviarlas por el correo de su preferencia. Con el siguiente procedimiento: Estando en el Cuestionario:

Marcar lo que se quiera enviar

2) Edición

3) Copiar

4) Accesar al Procesador de Palabras (por ejemplo Word)

- 5) Edición
- 6) Pegado especial
- 7) Texto sin formato
- 8) Aceptar

JARABE PERLA S.A. DE C. V.

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

PROCESO ADMINISTRATIVO

Planeación

¿Cuál es la misión de la empresa?

¿Cuál es la visión?

¿Qué tipo de empresa es?

¿Cómo fue fundada?

¿Como ha sido su desarrollo hasta la fecha?

¿Cómo se realizó la planeación?

Organización

¿Existe una estructura bien definida en esta empresa?

¿Existen organigramas gráficos?

¿Cuántos niveles jerárquicos presenta?

¿La estructura organizacional que presenta la empresa le parece adecuada?

Respuesta negativa, ¿Qué estructura propone?

Afirmativa, ¿Por qué?

¿Cuáles son las áreas funcionales que presenta?

Dirección

¿Qué funciones realiza la Dirección?

¿Cuáles son los objetivos de la Dirección general?

¿Cual es la misión general?

¿Qué departamentos dependen de la Dirección general?

ÁREA DE PRODUCCIÓN

¿Cuáles son las funciones en términos generales que realiza éste departamento?

¿Cuáles han sido los principales problemas que han tenido en esta área?

Diseño del producto

¿Cómo se diseñan los nuevos sabores de los productos?

¿Cómo se diseñan las nuevas presentaciones?

¿Cómo describiría el tipo de producto?

¿Cuáles son los atributos del producto?

¿Se realiza algún tipo de investigación para la elaboración del jarabe, etiqueta, presentación y empaque?

¿Qué importancia tiene el cliente para la elaboración del producto?

Localización y distribución de planta1.

¿Dónde se encuentra localizada la planta?

¿Es una empresa automatizada?

¿Qué tipo de maquinaria se usa?

¿Tiene la empresa maquinaria actualizada?

¿Qué tipo de producto se fabrica?

-Ingeniería de producción

¿Existe un proceso detallado de la fabricación?

¿Tienen diagramas de proceso?

¿Tienen recorrido de actividades?

Describe el orden lógico de producción

¿Cuántas horas al día trabaja la empresa?

¿Cuánto dura el proceso productivo?

¿Cuántos turnos se necesitan para cubrirlo?

¿Cuál es el rango de error que se permite?

¿Existen en la empresa normas de calidad?

Elaboración

¿Cuántos materiales se utilizan para la elaboración del jarabe?

¿Cuál es la diferencia de fabricar el jarabe con azúcar vs. con alta fructosa? 3. ¿Cómo se

mezclan los productos? 4. ¿Para qué es el sopleteado de los envases?

-Programación

¿Cómo se maneja la programación y el control del producto?

¿Cada cuándo se realiza inventario?

¿Cómo se realiza el inventario?

¿Cómo se lleva el registro de la producción de cada trabajador?

¿Cuántas botellas se producen aproximadamente por día?

-Control de calidad

¿Cuáles son los mecanismos para el control de calidad?

¿Tienen normas de calidad

¿Cómo se logra la calidad en la producción? con los trabajadores?

Adquisición de materiales

¿Cómo eligen a sus proveedores?

¿Cuánto tiempo tienen trabajando con sus proveedores?

¿Cómo miden la calidad de sus proveedores?

¿Cómo evalúan la calidad de la materia prima?

¿Siempre trabajan con los mismos proveedores?

-Almacenaje

¿Qué tipo de materias primas se almacenan?

¿Tienen almacén de producto terminado y almacén de materia prima?

¿Cómo manejan el control en el almacén?

¿Requieren de un lugar específico de almacenamiento?

¿Qué cuidados se debe tener con las materias primas

-Mantenimiento y Conservación

¿Cuáles son los mecanismos de conservación y mantenimiento de la planta?

¿Tienen restricciones para estar en el área de producción?

-Transporte

¿Cuál es el medio de transporte que se utiliza para el manejo de transporte dentro de la empresa?

¿Cuál es el transporte de reparto de producto terminado al lugar de venta?

¿Cómo se controlan los envíos?

¿Cuánta es la distribución diaria que se transporta?

ÁREA DE MERCADOTECNIA

-Investigación de mercado

¿Realizan investigación de mercado directa al consumidor final?

¿Realizan investigación de mercados con sus clientes mayoristas?

¿De que forma obtienen información para la elaboración de sus jarabes?

¿Tiene la empresa algún proyecto para el año 2001?

¿Cómo conoce la empresa los gustos de los consumidores?

¿Quiénes son los consumidores del producto?

¿En dónde se consume habitualmente?

¿Cuál es su situación frente a la empresa?

¿Qué otros usos tiene el producto?

¿Cuál es el principal motivo del consumo del producto?

Diseño del Producto

¿Qué se tomó como base para el diseño del producto?

¿La presentación del producto es la adecuada?

¿El contenido del producto es adecuado a las necesidades del consumidor?

¿Cuántas presentaciones ofrecen?

¿Requieren de alguna regulación gubernamental?

-Diversificación

¿Se piensa a futuro crear nuevos productos?

Respuesta afirmativa, ¿Cuáles?, y ¿para qué tipo de mercados?

-Marcas

¿Cómo se determinó la marca?

¿Es recomendable crear una imagen de marca en el consumidor final?

En caso afirmativo, ¿por qué?, ¿cómo?

En caso negativa, ¿por qué?

¿Cuál es el logotipo de la empresa y del producto?

¿El diseño de la etiqueta va acorde con el producto?, si, no, ¿Por qué?

¿Cómo etiquetan el producto?

¿Qué especificaciones tiene la etiqueta?

-Empaque

¿Cuál es el envase / empaque que se utiliza?

¿Cuáles son las ventajas - desventajas de éste?

¿Existe alguna norma en cuanto al empaque por ser un perecedero?

-Canales de distribución

¿Cuál es el canal de distribución que utilizan?

¿Le venden directamente al público?

¿Cuántos clientes tienen?

¿Cuál es su ventaja competitiva?

¿Cómo podrían incursionar en el mercado de consumo masivo?

¿Utilizan los mismos canales que sus competidores?

¿Qué problemas encontró en el sistema de distribución de la empresa?

¿Qué controles siguen en la logística de la distribución?

-Determinación de precios

¿Qué toman como base para determinar los precios?

¿La competencia es un factor importante para la determinación de los precios?

¿Los costos son determinantes en la fijación de precios? Si, no. ¿por qué?

¿Cómo consideran su precio en comparación con el de su competidor?

-Promoción de ventas y publicidad

¿Cuál es la forma como promocionan sus productos?

¿Deberían de hacer publicidad al consumidor directo?

De ser afirmativo, ¿por qué?. ¿cómo?

-Planeación de Ventas

¿Cómo manejan el control de ventas?

¿Cómo venden sus productos?

¿Cuál es la estrategia para buscar nuevos clientes?

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

-Reclutamiento

¿Cómo se recluta al personal?

¿Qué características deben de reunir los candidatos?

-Selección

¿Quién es el encargado de la selección de personal?

Como es una microempresa ¿requieren de un departamento de selección?, si, no. ¿Por qué?

-Contratación

¿Quién es la persona que realiza estas funciones?

¿Se realizan adecuadamente?

-Inducción

¿Pudo observar algún mecanismo de inducción de la empresa?

-Análisis de puestos

¿Se realiza análisis de puesto?

¿Cómo se determinaron las funciones?

-Prestaciones y servicios

¿Cuáles son las prestaciones que otorga la empresa?

¿Son suficientes?, ¿Agregaría alguna?

-Salarios e incentivos

¿Cuáles son los incentivos motivacionales que maneja Jarabe Perla?

¿Qué incentivos debería manejar para sus vendedores?

¿De que forma Jarabe Perla motiva a sus empleados?

ÁREA DE FINANZAS

-Obtención de recursos financieros

¿De donde se obtuvo el capital para crear la empresa?

¿Utilizan algún tipo de financiamiento?

Afirmativo, ¿de qué tipo?, respuesta negativa ¿por qué?

¿Qué tipo de información financiera genera la empresa?

¿Qué propuesta haría para elegir fuentes de financiamiento?

¿Tiene alguna debilidad financiera la empresa?

-Contabilidad

¿Quién realiza la contabilidad en la empresa?

¿Se realizan internamente, o contratan un despacho?

Mencione las ventajas y desventajas de cada uno de ellos

-Aplicación de recursos financieros

¿Cómo se han aplicado los recursos de la empresa en los últimos años?

-Crédito y cobranzas

Existe algún tipo de crédito con los compradores o distribuidores del producto?

Respuesta afirmativa, ¿Qué condiciones establece la empresa?

¿Cuáles son las políticas de control de créditos?

Click para Enviar Respuestas a su Asesor Nota.- Si no puede enviar directamente las respuestas, copiarlas a un procesador de palabras y enviarlas por el correo de su preferencia. Con el siguiente procedimiento: Estando en el Cuestionario:

- 1) Marcar lo que se quiera enviar
- 2) Edición
- 3) Copiar
- 4) Accesar al Procesador de Palabras (por ejemplo Word)
- 5) Edición
- 6) Pegado especial
- 7) Texto sin formato
- 8) Aceptar

Cuestionario

Servicio Express de Impresión S.A. de C. V.

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

ADMINISTRACIÓN GENERAL

-Planeación

¿Cuál es la misión de la empresa?

¿Cuál es la visión?

¿Qué tipo de empresa es?

¿Cómo fue fundada?

¿Como ha sido su desarrollo hasta la fecha?

¿Cómo se realiza la planeación?

Organización

¿Existe una estructura bien definida en esta empresa?

¿Existen organigramas gráficos?

¿Cuántos niveles jerárquicos presenta?

¿La estructura organizacional que presenta la empresa le parece adecuada?

¿ Cuántas y cuáles son las áreas funcionales que tiene la empresa?

¿Cuáles son las funciones principales de cada una de estas áreas?

¿Existen Manuales de Organización y Manuales de procedimientos?

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN GENERAL

¿Cuáles son las funciones principales del área de Administración General?

¿Quién lleva a cabo la supervisión y control de estas actividades?

¿Cuáles son las funciones del Director General?

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

-Reclutamiento

¿Cómo se recluta al personal?

¿Qué características deben reunir los candidatos?

-Selección

¿Quién es el encargado de la selección de personal?

¿Cuál es el proceso que se sigue para la selección del personal?

-Contratación

¿Quién es la persona que realiza estas funciones?

¿Se realizan adecuadamente?

Después de la contratación ¿Qué trámites se deben llevar a cabo?

-Inducción

¿Cuál es el programa de inducción que se tiene en la empresa?

-Capacitación

¿Qué tipo de actividades se realizan para capacitar al personal?

¿La Cámara de las Artes Gráficas colabora para la capacitación del personal?

Afirmativo, ¿De qué forma?

-Prestaciones y servicios

¿Cuáles son las prestaciones que otorga la empresa?

Son suficientes?, ¿Agregaría alguna?

-Salarios e incentivos

¿Cuáles son los incentivos que maneja Servicio Express de Impresión?

¿Le parecen adecuados?, ¿Propondría usted algún otro?

ÁREA DE FINANZAS

-Obtención de recursos financieros

1.¿De dónde se obtuvo el capital para crear la empresa?

¿Utilizan algún tipo de financiamiento?

Afirmativo, ¿de qué tipo?

¿De dónde obtienen los recursos financieros para trabajar?

-Contabilidad

¿Quién realiza la contabilidad en la empresa?

¿Se realizan internamente, o contratan un despacho?

Mencione las ventajas y desventajas de cada uno de ellos

-Aplicación de recursos financieros

¿Cómo se han aplicado los recursos de la empresa en los últimos años?

-Crédito y cobranzas

1.Existe algún tipo de crédito con los clientes?

Respuesta afirmativa, ¿Qué condiciones establece la empresa?

¿Cuáles son las políticas de control de créditos?

-Costos y presupuestos

¿En qué se basan para determinar sus costos?

¿Qué datos le son útiles para determinar sus presupuestos?

¿En qué datos basan sus proyecciones?

¿Cada cuándo realizan sus presupuestos?

ÁREA DE PRODUCCION

¿Cuáles son las funciones en términos generales que realiza éste departamento?

¿Cuál es el proceso productivo?

¿Cuáles han sido los principales problemas que han tenido en esta área?

-Localización y distribución de planta

¿Dónde se encuentra localizada la planta?

¿Qué tipo de maquinaria se usa?

¿Tiene la empresa maquinaria actualizada?

¿Qué tipo de producto se elabora?

-Elaboración

¿Cuántos materiales se utilizan para la impresión de los productos?

-Programación

¿Cómo se maneja la programación y el control de la producción?

¿Cómo se lleva el registro de la producción de cada trabajador?

-Control de calidad

¿Cuáles son los mecanismos para el control de calidad?

¿Tienen normas de calidad con los trabajadores?

¿Cómo se logra la calidad en la producción?

-Adquisición de materiales

¿Cómo eligen a sus proveedores?

¿Cuál es el departamento encargado de la compra de materiales?

¿Cómo evalúan la calidad de la materia prima?.

-Almacenaje

¿Qué tipo de materias primas se almacenan?

¿Tienen almacén de producto terminado y almacén de materia prima?

¿Cómo manejan el control en el almacén?

¿Requieren de un lugar específico de almacenamiento?

ÁREA DE MERCADOTECNIA

Investigación de mercados

¿Realizan investigación de mercado con su consumidor final?

2.¿Qué decisiones han tomado en base a los resultados de la investigación de mercados?

¿Cuál es su ventaja competitiva?

¿Cuál es su situación frente a la competencia?

¿Cómo se encuentran posicionados?

-Diseño del producto

¿Qué tipo de productos se realizan?

¿Realizan diseños específicos para cada producto?

-Diversificación

¿Se piensa a futuro crear nuevos productos?

Respuesta afirmativa, ¿Cuáles?, y ¿para qué tipo de mercados?

La impresión digital ¿será un mercado atractivo para la empresa?

-Determinación de precios

¿Qué toman como base para determinar los precios?

¿La competencia es un factor importante para la determinación de los precios?

¿Los costos son determinantes en la fijación de precios? Si, no. ¿por qué?

¿Cómo consideran su precio en comparación con el de su competidor?

Promoción de ventas y publicidad

¿Cuál es la forma como promocionan sus productos?

¿Qué tipo de promoción realizaban anteriormente?

¿Qué resultados tuvieron en ese momento?

¿Qué medios utilizan para la publicidad de su negocio?

-Administración de ventas

¿Cuáles son las funciones de la gerencia de ventas?

¿Cuáles son las funciones de los vendedores?

¿Cuál es el proceso para la realización de la venta?

¿Evalúe este proceso?

¿Qué formatos tiene para el control de ventas?

¿Los considera adecuados?, ¿Por qué?

¿Cuál es la estrategia para buscar nuevos clientes?

Click para Enviar las Respuestas a su Asesor Nota.-Si no puede enviar directamente las respuestas, copiarlas a un procesador de palabras y enviarlas por el correo de su preferencia. Con el siguiente procedimiento: Estando en el Cuestionario:

1)Marcar lo que se quiera enviar

2)Edición

3)Copiar

4)Accesar al Procesador de Palabras(por ejemplo Word)

5)Edición

6)Pegado especial

7)Texto sin formato

8)Aceptar

ARENA FILMS Y LOS ÁNGELES FILMS S.A. DE C. V.

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

ADMINISTRACIÓN GENERAL

-Proceso Administrativo

-Planeación

¿Cuáles son las razones que los motivaron a incursionar en este mercado?

¿Qué tipo de empresa es?

¿Cómo se inició en la producción de películas?

¿Cómo se lleva a cabo la planeación?

Con la información obtenida en el video, ¿cuál considera que sería la misión y visión de la empresa?

- Organización

¿Existe una estructura bien definida en esta empresa?

¿Qué tipo de organización es?

¿Cuántos niveles jerárquicos presenta?

La estructura organizacional que presenta la empresa ¿ le parece adecuada?

Respuesta negativa, ¿Qué estructura propone?

Afirmativa, ¿Por qué?

¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?

Diseñe un manual de organización para la empresa

ÁREA DE PRODUCCIÓN

¿Cuáles son las funciones en términos generales que realiza éste departamento?

¿Cómo se planea la producción de una película?

-Diseño del producto

¿Cómo se elige el libreto?

¿Se protege la producción intelectual de los escritores?

¿De que forma trabajan con los escritores?

¿Cómo describiría el tipo de producto?

¿Cuáles son los atributos del producto?

¿Se realiza algún tipo de investigación para la elaboración del guión?

¿Qué importancia tiene el medio ambiente para la elaboración del tema de la película?

-Ingeniería de producción

¿Cuál es el proceso que se sigue en la producción de una película?

¿Tienen diagramas de proceso?

Describa el orden lógico de producción?. Realice un diagrama de proceso

-Programación

¿Cómo se maneja la programación y el control en la producción de una película?

¿Evalúe esta forma de programar la producción?

ÁREA DE MERCADOTECNIA

-Investigación de mercados

¿Realizan algún tipo de investigación de mercados?

Proponga ¿qué tipo de investigación de mercados sería la adecuada para este tipo de empresa?

¿Cuáles son sus principales competidores?

¿Cuál es su ventaja competitiva?

-Diversificación

El negocio de las películas ha propiciado negocios alternativos. ¿Cuáles son éstos?

Es recomendable que tengan tanta diversificación? Si, no, ¿por qué?

¿Qué problemas administrativos trae consigo incursionar en otros negocios?

¿Es conveniente que la empresa también tenga el negocio de la producción de sus golosinas?

¿Qué tipo de ventajas/desventajas tiene la empresa al tener producción promocional (merchandising) de sus películas?

¿Qué problemas administrativos se enfrenta al tener estos productos promocionales?

-Marcas

¿Es importante que la empresa utilice una sola razón social? Si, no, ¿Por qué?

¿Es recomendable crear una imagen ?

En caso afirmativo, ¿por qué?, ¿cómo?

En caso negativo, ¿por qué?

¿Cuál es el logotipo de la empresa ?

Con respecto a los dulces, ¿Cuál es la marca que utilizan?

¿Es importante crear una imagen de marca en estos productos? Si, no, ¿por qué?

Los productos promocionales, ¿Tenían una marca? Si, ¿Cuál?, no

-Promoción de ventas y publicidad

¿Cuál es la forma como promocionan la película?

¿Qué tan importante son las premieres para dar a conocer una película?

¿Qué papel juegan los medios en la promoción de una película?

¿Qué promoción sugiere que hagan?

¿Qué tipo de publicidad realizan?

¿Considera idóneos los medios que utilizan para dar a conocer una película?

En caso negativo. Sugiera algunos otros

¿Cuánto destinan del presupuesto en la promoción de una película?

-Distribución

¿Cuál es la importancia de las empresas distribuidoras de películas?

En el caso de esta empresa: ¿Distribuyen directamente sus películas, o se las dan a una empresa distribuidora?

¿Qué ventajas tiene el poseer sus propias salas cinematográficas?

¿Cuánto tiempo se tarda en que lleguen a una sala de exhibición?

¿Cuáles son los parámetros que se siguen para que la película este en cartelera?

Distribuyen sus películas en el extranjero?, afirmativo, ¿En dónde?,

¿Cómo se eligen las salas de exhibición?

¿Se tiene que pasar por la Secretaria de Gobernación para poderla exhibir?

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

- Reclutamiento y Selección

¿Cómo y dónde reclutan al personal administrativo de la empresa?

¿Qué características deben de reunir los candidatos?

Para la filmación de una película cómo reclutan al personal?

¿Qué tan importante es el sindicato de cinematografía en su empresa?

¿Qué papel juega el sindicato en el reclutamiento y selección del personal para la filmación de una película?

¿En que se basan para elegir a los actores?

-Contratación

¿Cuáles son los trámites que deben seguirle a la contratación del trabajador?

¿Qué tipo de contrato es conveniente hacer?

-Inducción

¿Cuál sería el mecanismo de inducción para el trabajador?

-Prestaciones y servicios

¿Cuáles son las prestaciones que debe otorgar la empresa por ley?

¿Son suficientes?, ¿Agregaría alguna? ¿cuál?

-Salarios e incentivos

¿Qué tipo de incentivos se manejan para los trabajadores en la filmación de una película?

¿Qué incentivos debería manejar para sus trabajadores?

¿Cuál es la participación del sindicato en la fijación de los salarios e incentivos?

ÁREA DE FINANZAS

-Obtención de recursos financieros

¿El banco otorga prestamos para este tipo de negocios?

¿Qué tipo de financiamiento es otorgado?

¿Cuál es la importancia de las alianzas estratégicas para tener los recursos financieros, para la producción, promoción y distribución de una película?

¿De que otra forma la empresa obtiene recursos?

¿Qué papel juegan las empresas patrocinadoras (Coca cola, Pepsi, IBM etcétera) para la obtención de recursos?

¿Cuánto es el tiempo aproximado en el cual se recupera la inversión?

¿De qué otras formas se puede obtener recursos en la explotación de una película?

¿Cuáles son los requisitos para que le otorguen crédito a una empresa de esta naturaleza en la banca privada?

¿Cuáles son los organismos que apoyan financieramente a este tipo de negocios?

¿Cuáles son los requisitos para que estos organismos presten dinero?

-Contabilidad

¿Quién realiza la contabilidad en la empresa?

¿Se realizan internamente, o contratan un despacho?

Mencione las ventajas y desventajas de cada uno de ellos

-Crédito y cobranzas

Existe algún tipo de crédito con las empresas distribuidoras de películas?

Respuesta afirmativa, ¿Qué condiciones establece la empresa?. ¿Cuáles son las políticas de control de créditos?

¿Le parecen adecuadas?, proponga.

Click para enviar las Respuestas a su Asesor Nota.-Si no puede enviar sus respuestas directamente, copiarlas a un procesador de palabras y enviarlas por el correo de su preferencia. Con el siguiente procedimiento: Estando en el Cuestionario:

- 1) Marcar lo que se quiera enviar
- 2) Edición
- 3) Copiar

4) Accesar al Procesador de Palabras (por ejemplo Word)

5) Edición

6) Pegado especial

7) Texto sin formato

8) Aceptar

Cuestionario

Industrializadora de Amaranto Molotla S. P. R. de R. L.

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

ADMINISTRACIÓN GENERAL

-Proceso Administrativo

-Planeación

¿Cuáles son las razones que los motivaron a incursionar en este mercado?

¿Qué tipo de empresa es?

¿Cuáles son los antecedentes de la empresa?

¿Cómo se inició en la producción de amaranto?

¿Cómo se lleva a cabo la planeación?

Con la información obtenida en el video, ¿cuál considera que sería la misión y visión de la empresa?

¿Cuál ha sido el papel del FONAES para la planeación de la empresa?

Investigue ¿Cuáles son las características de la Sociedad De Producción Rural de Responsabilidad Limitada?

-Organización

¿Existe una estructura bien definida en esta empresa?

¿Qué tipo de organización es?

¿Cuántos niveles jerárquicos presenta?

La estructura organizacional que presenta la empresa ¿ le parece adecuada?

Respuesta negativa, ¿Qué estructura propone?

Afirmativa, ¿Por qué?

¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?

8. Diseñe un manual de organización para la empresa

ÁREA DE PRODUCCIÓN

¿Cuáles son las funciones en términos generales que realiza éste departamento?

¿Cuáles han sido los principales problemas que han tenido en esta área?

-Diseño del producto

¿Cómo se produce el amaranto?

¿Qué tipo de planta es?

¿Cuáles son sus períodos de cultivo?

¿Cuándo se cosecha?

¿Qué tipo de productos elaboran?

¿Cómo se diseñan los nuevos productos de amaranto?

¿Qué productos se podrían desarrollar?

¿Cómo describiría el tipo de producto?

¿Cuáles son los atributos del producto?

¿Se realiza algún tipo de investigación para la elaboración de la etiqueta, presentación, envase y embalaje?

¿Qué importancia tiene el cliente para la elaboración del producto?

-Localización y distribución de planta

¿Dónde se encuentra localizada la planta?

¿Es una empresa sistematizada?

¿Qué tipo de maquinaria se usa?

¿El proceso de manufactura emplea equipo moderno?

¿Qué tipo de productos se fabrican?

¿Considera que la planta esta distribuida adecuadamente?

¿Cómo podría mejorar su proceso de producción?

-Ingeniería de producción

¿Existe un proceso detallado de la fabricación desde la siembra, cosecha, hasta su empaque y distribución?

¿Tienen diagramas de proceso?, si no existe, proponga uno

¿Tienen diagrama de recorrido de actividades? si no, proponga uno

¿Cuántas horas al día trabaja la empresa?

Calcule el tiempo de producción total por unidad y los tiempos parciales por operación

¿Cuál es la capacidad productiva?, exprésela en días, meses y años

¿Cuántos turnos se necesitan para cubrirlo?

¿Existen en la empresa normas de calidad?

-Elaboración

¿Cuántos materiales se utilizan para la elaboración de los productos de amaranto?

¿Que diferencias existen en los procesos de fabricación de cada uno de los productos?

Si usted fabricara otros productos ¿cómo los fabricaría?

¿El empackado en papel celofán lo considera adecuado? En tanto a: Tiempo, limpieza, facilidad, y costo; haga propuestas

-Programación

¿Cómo se maneja la programación y el control del producto? Si no, haga propuestas

¿Se realiza inventario?

¿Cómo se realiza el inventario?

¿Cómo se lleva el registro de la producción de cada trabajador?

¿Cuántas palanquetas (alegrías) se producen aproximadamente por día?

¿Cuántas piezas debe de producir para entrar en el mercado guatemalteco?, ¿Puede?

-Control de calidad

¿Cuáles son los mecanismos para el control de calidad?

¿Tienen normas de calidad con los trabajadores?

¿Cómo se logra la calidad en la producción?

-Adquisición de materiales

¿Qué beneficio les acarrea ser ellos mismos proveedores de insumos básicos?

¿Miden la calidad de sus proveedores?

¿Cómo evalúan la calidad de la materia prima?

-Almacenaje

¿Qué tipo de materias primas se almacenan?

¿Tienen almacén de producto terminado y almacén de materia prima?

¿Cómo manejan el control en el almacén?

¿Requieren de un lugar específico de almacenamiento?

¿Qué cuidados se debe tener con las materias primas y con los productos terminados?

¿Cuánto tiempo puede almacenar el amaranto?

-Mantenimiento y Conservación

¿Cuáles son los mecanismos de conservación y mantenimiento de la planta?

¿Tienen restricciones para estar en el área de producción?, aporte sugerencias

-Transporte

¿Tienen medio de transporte de los campos de producción a la fabrica? Si, de que tipo,¿ lo considera suficiente?

¿Existe transporte de reparto de producto terminado al lugar de venta?

¿Cómo se controlan los envíos? Sugiera alguno

ÁREA DE MERCADOTECNIA

-Investigación de mercados

¿Realizan algún tipo de investigación de mercado? Si, ¿de qué forma?, ¿a quién?, no, sugiera ¿cómo sería?

¿Cómo obtienen información para elaborar nuevos productos?

¿La empresa tiene proyectos para el año 2001?, ¿Cuáles?, ¿Están fundamentados en algún estudio de mercado?

Cómo conoce la empresa los gustos de los consumidores?

¿Quienes son los consumidores del producto?

¿En dónde se consume habitualmente?

¿Cuál es su situación frente a la competencia?

¿Cuál es el principal motivo del consumo del producto?

¿Proponga una investigación para la comida en base al amaranto?

-Diseño del producto

¿Describa la variedad de productos que se pueden realizar a base de amaranto?

¿Para qué segmento de mercado es cada uno de estos productos?

¿La presentación del producto es la adecuada?

¿El contenido del producto (palanquetas) es adecuado a las necesidades del consumidor?

¿Requieren de alguna regulación gubernamental?, ¿De quién?

-Diversificación

¿Considera que los productos salados tendrían aceptación?

Respuesta afirmativa, ¿Cuáles más?, y ¿cómo lo presentaría?

Dentro de los productos dulces, ¿Sugiera nuevas presentaciones o nuevas alternativas?

Presente un cuadro que explique: ¿en qué etapa del ciclo de vida se encuentran cada uno de los productos que ofrece Molotla?

-Marcas

¿Cómo se determinó la marca?

¿Es recomendable crear una imagen de marca en el consumidor final?

En caso afirmativo, ¿por qué?, y ¿cómo?

En caso negativa, ¿por qué?

¿Cuál es el logotipo de la empresa y del producto?

¿El diseño de la etiqueta va acorde con el producto?, si, no, ¿Por qué?

¿Cómo etiquetan el producto?

¿Qué especificaciones tiene la etiqueta?.¿Cuáles debe de tener?

¿Proponga algunos diseños de etiqueta?

-Empaque

¿Cuál es el envase / empaque que se utiliza en las palanquetas?

¿Cuáles son las ventajas - desventajas de éste?

¿Existe alguna norma en cuanto al empaque de este producto?

¿Sugiera algún tipo de empaque para los productos salados?

¿Cómo se podría mejorar el empaque de los productos dulces?

-Canales de distribución

¿Cuál es el canal de distribución que utilizan?

¿Le venden directamente al público?

¿Cuántos clientes tienen?

¿Cuál es su ventaja competitiva?

¿Cómo podrían incursionar en el mercado de consumo masivo con productos dulces? Y

¿con productos salados?

¿Cuáles son los requisitos para poder entrar a vender en las tiendas de autoservicio?

¿Cómo podrían entrar a este mercado?

¿Qué otros mercados serían interesantes para comercializar?

¿Qué problemas encontró en el sistema de distribución de la empresa?

¿Qué controles siguen en la logística de la distribución? Si no, proponga alguno

-Determinación de precios

¿Qué toman como base para determinar los precios?

¿La competencia es un factor importante para la determinación de los precios?

¿Los costos son determinantes en la fijación de precios? Si, no. ¿por qué?

¿Cómo consideran su precio en comparación con el de su competidor?

-Promoción de ventas y publicidad

¿Cuál es la forma como promocionan sus productos?

¿La participación en ferias ha sido productiva?

¿Cómo deberían promocionar sus productos, pensando en la falta de recursos que tiene la empresa?

Haga diferentes propuestas de promoción, para este tipo de empresa?

-Planeación de ventas

¿Existe algún control de ventas? Si, ¿cómo es? No, proponga

¿Cómo venden sus productos?

¿Cuál es la estrategia para buscar nuevos clientes?

¿Cuántos vendedores tiene la empresa?

¿Requieren de más vendedores?, si ¿Cuántos?, No ¿Por qué?

Si requiere de más vendedores, proponga un plan de ventas que contenga: objetivo, número y características de los vendedores, zonas de venta, controles y supervisión, plan de comisiones etc.

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

-Reclutamiento

¿Cómo se recluta al personal para trabajar grandes pedidos?

¿Qué características deben reunir los candidatos?

-Selección

¿Quién es el encargado de la selección de personal?

-Contratación

¿Cómo están contratados los empleados?

¿Tienen beneficios conforme a la ley?, si, no ¿Por qué?

-Análisis de puestos

¿Existe una separación adecuada de las funciones? Si, no ¿Debería de existir?, ¿de qué forma?

¿Cómo se determinaron las funciones?, proponga alternativas

-Salarios e incentivos

¿Existen incentivos para los empleados de Molotla?, si, no, ¿deberían existir?, proponga

ÁREA DE FINANZAS

-Obtención de recursos financieros

De donde se obtuvo el capital para crear la empresa?

¿Utilizan algún tipo de financiamiento?

¿Cuál ha sido la participación del FONAES para la obtención de recursos?

¿Qué tipo de información financiera genera la empresa?

¿Qué propuesta haría para elegir fuentes de financiamiento?

¿Cuáles son los principales problemas financieros que tiene la empresa?

-Contabilidad

¿Quién realiza la contabilidad en la empresa?

¿Se realizan internamente, o contratan un despacho?

Mencione las ventajas y desventajas de cada uno de ellos

-Aplicación de recursos financieros

¿Cómo se han aplicado los recursos de la empresa en los últimos años?

-Crédito y cobranzas

Existe algún tipo de crédito con los compradores o distribuidores del producto?

Respuesta afirmativa, ¿Qué condiciones establece la empresa

Click para enviar las Respuestas a su Asesor Nota.-Si no puede enviar directamente las respuestas, copiarlas a un procesador de palabras y enviarlas por el correo de su preferencia. Con el siguiente procedimiento: Estando en el Cuestionario:

- 1) Marcar lo que se quiera enviar
- 2) Edición
- 3) Copiar
- 4) Accesar al Procesador de Palabras (por ejemplo Word)
- 5) Edición
- 6) Pegado especial
- 7) Texto sin formato
- 8) Aceptar

Cuestionario

GEBARA S.A. de C. V.

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

ADMINISTRACIÓN GENERAL

¿Cuál es la misión de la empresa?

¿Cuál es la visión?

¿Qué tipo de empresa es?

¿Cómo fue fundada?

¿Como ha sido su desarrollo hasta la fecha?

ÁREA DE PRODUCCIÓN

-Diseño del producto

¿Cómo se diseñan las nuevas telas?

¿Cómo describiría el tipo de producto?

¿Cuáles son los atributos del producto?

¿Se realiza algún tipo de investigación para el diseño de las telas?

¿Qué importancia tiene el cliente para la elaboración de los diseños?

-Localización y distribución de planta

¿Dónde se encuentra localizada la planta?

¿Es una empresa automatizada?

¿Qué tipo de maquinaria se usa?

¿Tiene la empresa maquinaria actualizada?

¿Qué tipo de producto se fabrica?

-Ingeniería de producción

¿Existe un proceso detallado de la fabricación?

¿Tienen diagramas de proceso?

¿Tienen recorrido de actividades?

Describa el orden lógico de producción

¿Explique la participación de la computadora en el proceso productivo?

¿Existen en la empresa normas de calidad?

-Elaboración

¿Cuántos hilos se utilizan en un telar?

¿Cuál es la diferencia de hacer la matriz del diseño en cartón que en papel?

Describa el proceso de fabricación de las telas

¿Cómo se distribuye el color?

¿Qué realiza la perforadora?

¿Cuántas teclas tiene la perforadora?

¿Qué es el urdido?

¿Qué es el jackard?

-Programación

¿Cómo se maneja la programación y el control del producto?

¿Cada cuándo se realiza inventario?

¿Cómo se realiza el inventario?

¿Cómo se lleva el registro de la producción de cada trabajador?

-Control de calidad

¿Cuáles son los mecanismos para el control de calidad?

¿Tienen normas de calidad con los trabajadores?

¿Existen normas de calidad en la industria textil?

Adquisición de materiales

¿Cómo eligen a sus proveedores?

¿Cuánto tiempo tienen trabajando con sus proveedores?

¿Cómo miden la calidad de sus proveedores?

¿Cómo evalúan la calidad de la materia prima?

ÁREA DE MERCADOTECNIA

-Investigación de mercados

¿Realizan investigación de mercado directa al consumidor final?

¿Realizan investigación de mercados con sus clientes mayoristas?

¿De que forma obtienen información para el diseño de las telas?

-Diseño del producto

Se aplican las mismas preguntas del inciso 2.1 de esta guía 1. ¿Cómo se diseñan las nuevas telas?

¿Cómo describiría el tipo de producto?

¿Cuáles son los atributos del producto?

¿Se realiza algún tipo de investigación para el diseño de las telas?

¿Qué importancia tiene el cliente para la elaboración de los diseños?

-Marcas

¿Es recomendable crear una imagen de marca?

En caso afirmativo, ¿por qué?, ¿cómo?

En caso negativa, explique sus desventajas.

-Canales de distribución

¿Cómo eligen a sus compradores?

¿Le venden directamente al público?

¿Cuántos clientes tienen?

¿Cuál es su ventaja competitiva?

-Determinación de precios

¿Qué toman como base para determinar los precios?

¿La competencia es un factor importante para la determinación de los precios?

-Promoción de ventas y publicidad

¿Cuál es la forma como promocionan sus productos?

¿Deberían de hacer publicidad al consumidor directo?

De ser afirmativo, ¿por qué?. ¿cómo?

-Planeación de ventas

¿Cómo manejan el control de ventas?

¿Cómo venden sus productos?

Click para Enviar las Respuestas a su Asesor. Nota.-Si no puede enviar directamente las respuestas, copiarlas a un procesador de palabras y enviarlas por el correo de su preferencia. Con el siguiente procedimiento: Estando en el Cuestionario:

- 1) Marcar lo que se quiera enviar
- 2) Edición
- 3) Copiar
- 4) Accesar al Procesador de Palabras (por ejemplo Word)
- 5) Edición
- 6) Pegado especial
- 7) Texto sin formato
- 8) Aceptar

Final del formulario

Cuestionario

Portacredenciales de México S.A. de C. V.

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

No. de Cuenta

E-mail

ADMINISTRACIÓN GENERAL

PROCESO ADMINISTRATIVO

-Planeación

¿Cuáles son los objetivos (general, social y económico) de la empresa?

¿Qué tipo de empresa es?

¿Cómo fue fundada?

¿Cada cuándo se realiza la planeación?

¿Cómo se lleva a cabo la planeación?

¿Está de acuerdo con los puntos anteriores, haga sus propuestas

Con la información obtenida en el video, ¿cuál considera que sería la misión y visión de la empresa?

-Organización

¿Existe una estructura bien definida en esta empresa?

¿Qué tipo de organización es?

¿Cuántos niveles jerárquicos presenta?

La estructura organizacional que presenta la empresa ¿ le parece adecuada?

Respuesta negativa, ¿Qué estructura propone?

Afirmativa, ¿Por qué?

¿Cuáles son las funciones de cada departamento?

¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?

Diseñe un manual de organización para la empresa

-Dirección

¿Qué funciones realiza la dirección?

¿Qué estilo de dirección señala?

¿Por qué habla de la Administración por objetivos?, explique este concepto

¿Qué departamentos dependen de la Dirección general?

ÁREA DE PRODUCCIÓN

¿Cuáles son las funciones en términos generales que realiza éste departamento?

¿Cómo se planea la producción?

-Diseño del producto

¿Cómo se diseñan los productos promocionales?

¿Cómo se diseñan los nuevos productos?

¿Cómo describiría el tipo de producto?

¿Cuáles son los atributos del producto

¿Se realiza algún tipo de investigación para la elaboración del producto?

¿Qué importancia tiene el cliente para el diseño del producto?

-Ingeniería de Producción

¿Existe un proceso detallado de fabricación?

¿Tienen diagramas de proceso?

¿Tienen recorrido de actividades?

Describe el orden lógico de producción?. Realice un diagrama de proceso

¿Existen en la empresa normas de calidad?

-Elaboración

¿Cuántos materiales se utilizan para la elaboración del producto?

¿Cuántas herramientas se utilizan para la fabricación de los productos?

¿Qué maquinaria utilizan?

- Programación

¿Cómo se maneja la programación y el control del producto?

¿Evalúe esta forma de programar la producción?

¿Existe algún control de las unidades producidas?

-Control de Calidad

¿Cuáles son los mecanismos para el control de calidad?

¿Tienen normas de calidad con los trabajadores?

¿Cómo se logra la calidad en la producción?

¿Qué tipo de controles debería de tener?

-Adquisición de materiales.

¿Cómo se planea la compra de materiales?

¿Tienen materia prima para otros proyectos, o van comprando como lo van requiriendo?

Ventajas/ desventajas de cada alternativa

ÁREA DE MERCADOTECNIA

Investigación de mercados

¿Realizan algún tipo de investigación de mercados?

Proponga ¿qué tipo de investigación de mercados sería la adecuada para este tipo de empresa?

¿La empresa conoce a su competencia?

¿La empresa conoce su ventaja competitiva?

- Diseño del producto

¿En qué se basan para diseñar los productos?

¿Sería conveniente que tuvieran un producto de línea? Si, no, ¿por qué?

¿Qué ventajas/desventajas tendría?

-Diversificación

¿Es recomendable que tengan tanta diversificación? Si, no, ¿por qué?

- Marcas

¿La empresa tiene alguna marca para sus productos?

¿Es recomendable crear una imagen de marca?

En caso afirmativo, ¿por qué?, ¿cómo?

En caso negativa, ¿por qué?

¿Cuál es el logotipo de la empresa?

-Determinación de Precios.

¿Qué toman como base para determinar los precios? ¿Esta de acuerdo? Si, no ¿por qué?

¿La competencia es un factor importante para la determinación de los precios?

¿El cliente es un factor importante para la determinación del precio?

-Promoción de ventas y publicidad

¿Cuál es la forma como promocionan sus productos?

¿Qué promoción sugiere que hagan?

¿Deberían hacer publicidad? Si, ¿en que medio?, no, ¿por qué?

-Planeación de ventas.

¿Tienen programa de ventas?

¿Tienen vendedores?

¿Qué recomendaría para mejorar su administración de ventas?

Proponga un programa de ventas para la empresa

Proponga una estrategia para buscar nuevos clientes

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

-Reclutamiento

¿Dónde deberían reclutar a su personal?

¿Qué características deben reunir los candidatos?

-Selección

¿Quién deberá ser el encargado de la selección de personal?

Como es una microempresa ¿requieren de un departamento de selección?, si, no. ¿Por

qué?

-Contratación.

¿Quién deberá realizar estas funciones?

¿Cuáles son los trámites que deben seguirle a la contratación del trabajador?

¿Qué tipo de contrato es conveniente hacer?

-Inducción.

¿Cuál sería el mecanismo de inducción para el trabajador?

-Prestaciones.

¿Cuáles serían las prestaciones que debe otorgar la empresa por ley?

¿Son suficientes?, ¿Agregaría alguna? ¿cuál?

-Salarios e incentivos

¿Deberán de crearse incentivos para mejorar la productividad?, Proponga

¿Qué incentivos debería manejar para sus vendedores?

ÁREA DE FINANZAS

-Obtención de recursos financieros

¿Qué tipo de crédito sería recomendable?

¿Dónde y cómo lo podría obtener?

¿Cuáles son los requisitos para que le otorguen crédito a una empresa de esta naturaleza en la banca privada?

¿Cuáles son los organismos que apoyan financieramente a las microempresas?

¿Cuáles son los requisitos para que estos organismos presten dinero a las microempresas?

-Contabilidad.

¿Quién realiza la contabilidad en la empresa?

¿Se realizan internamente, o contratan un despacho?

Mencione las ventajas y desventajas de cada uno de ellos

-Aplicación de recursos financieros

¿Dónde deberán aplicarse los recursos que se obtengan del financiamiento?

-Crédito y cobranzas

1.Existe algún tipo de crédito con los compradores o distribuidores del producto?

Respuesta afirmativa, ¿Qué condiciones establece la empresa?. ¿Cuáles son las políticas de control de créditos?

¿Le parecen adecuadas?, proponga.

Final del formulario

En este ultimo cuestionario, hemos incluido las cajas para contestar las preguntas que se plantean en el video en formato C. D. y las contestaciones serán enviadas vía Internet al asesor.

Cuestionario

VELAS SAN DIEGO S.A. DE C. V.

Principio del formulario

Nombre

Apellidos

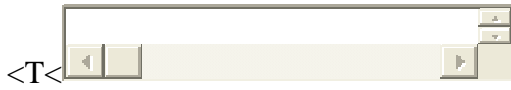
No. de Cuenta

E-mail

-1.ADMINISTRACIÓN GENERAL

-1.2 Planeación

-1.¿Cuál es la misión de la empresa?



-2.¿Cuál es la visión?

-3.¿Qué tipo de empresa es?

-4. ¿Cómo fue fundada?

-5.¿Como ha sido su desarrollo hasta la fecha?

-6.¿Cómo se realizó la planeación?

An empty rectangular text box with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked arrow buttons (up, down, and a small square). On the bottom left and right sides, there are two horizontally stacked arrow buttons (left and right).

-1.2 Organización

-1. ¿Existe una estructura bien definida en esta

empresa?

A rectangular text box with a light beige background, containing the text "empresa?". On the right side, there are three vertically stacked arrow buttons (up, down, and a small square). On the bottom left and right sides, there are two horizontally stacked arrow buttons (left and right).

-2. ¿Existen organigramas gráficos?

A rectangular text box with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked arrow buttons (up, down, and a small square). On the bottom left and right sides, there are two horizontally stacked arrow buttons (left and right).

-3. ¿Cuántos niveles jerárquicos presenta?

A rectangular text box with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked arrow buttons (up, down, and a small square). On the bottom left and right sides, there are two horizontally stacked arrow buttons (left and right).

-4. ¿La estructura organizacional que presenta la empresa le parece

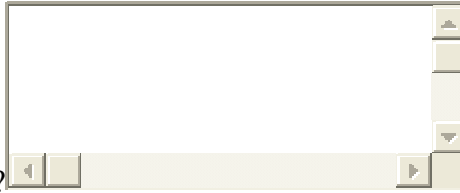
adecuada?

A rectangular text box with a light beige background, containing the text "adecuada?". On the right side, there are three vertically stacked arrow buttons (up, down, and a small square). On the bottom left and right sides, there are two horizontally stacked arrow buttons (left and right).

-5. Respuesta negativa, ¿Qué estructura propone?

A rectangular text box with a light beige background. On the right side, there are three vertically stacked arrow buttons (up, down, and a small square). On the bottom left and right sides, there are two horizontally stacked arrow buttons (left and right).

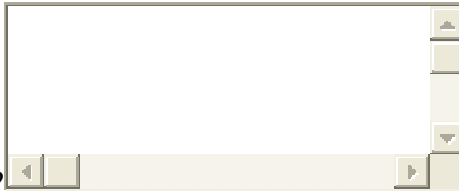
-6. Afirmativa, ¿Por qué?



-2. ÁREA DE PRODUCCIÓN

-1. ¿Cuáles son las funciones en términos generales que realiza éste

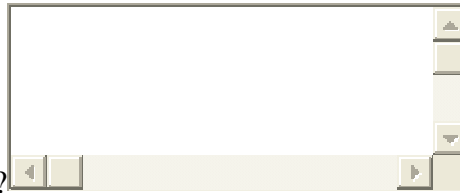
departamento?



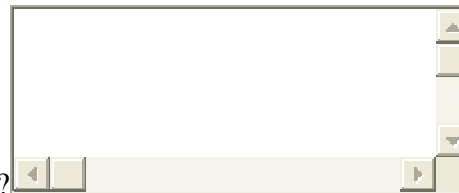
-2.1 Diseño del producto

-1. ¿Cómo se diseñan los nuevos tipos de velas (aromáticas, PVC, velas de tarro de vaso

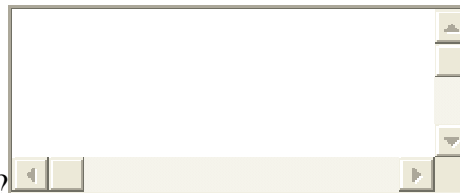
decorado, de color etcétera)?



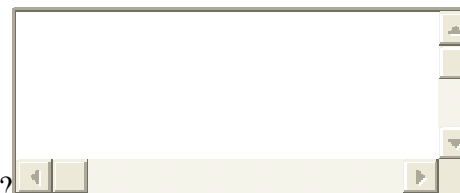
-2. ¿Cómo se diseñan las nuevas presentaciones?



-3. ¿Cómo describiría el tipo de producto?



-4. ¿Cuáles son los atributos del producto?



-5. ¿Se realiza algún tipo de investigación para el diseño de las velas presentación, envase

y embalaje?

An empty rectangular box with a light beige background and a thin black border. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a top button with an upward-pointing triangle, a middle button with a square, and a bottom button with a downward-pointing triangle. On the bottom side, there are two buttons: a left button with a left-pointing triangle and a right button with a right-pointing triangle.

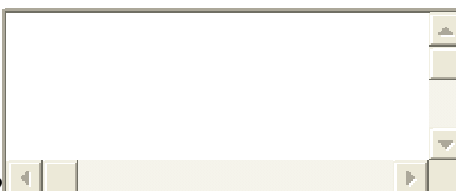
-6. ¿Qué importancia tiene el cliente para la elaboración del

producto?

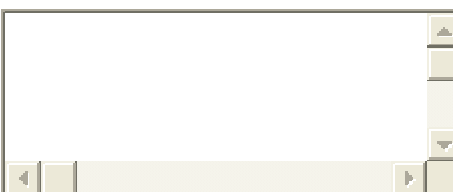
An empty rectangular box with a light beige background and a thin black border. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a top button with an upward-pointing triangle, a middle button with a square, and a bottom button with a downward-pointing triangle. On the bottom side, there are two buttons: a left button with a left-pointing triangle and a right button with a right-pointing triangle.

-2.2 Localización y distribución de planta

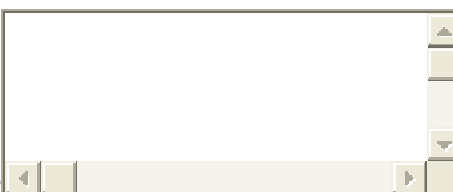
-1. ¿Dónde se encuentra localizada la planta?

An empty rectangular box with a light beige background and a thin black border. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a top button with an upward-pointing triangle, a middle button with a square, and a bottom button with a downward-pointing triangle. On the bottom side, there are two buttons: a left button with a left-pointing triangle and a right button with a right-pointing triangle.

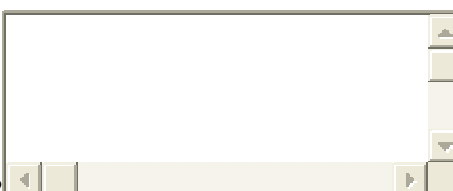
-2. ¿Es una empresa automatizada?

An empty rectangular box with a light beige background and a thin black border. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a top button with an upward-pointing triangle, a middle button with a square, and a bottom button with a downward-pointing triangle. On the bottom side, there are two buttons: a left button with a left-pointing triangle and a right button with a right-pointing triangle.

-3. ¿Qué tipo de maquinaria se usa?

An empty rectangular box with a light beige background and a thin black border. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a top button with an upward-pointing triangle, a middle button with a square, and a bottom button with a downward-pointing triangle. On the bottom side, there are two buttons: a left button with a left-pointing triangle and a right button with a right-pointing triangle.

-4. ¿Tiene la empresa maquinaria actualizada?

An empty rectangular box with a light beige background and a thin black border. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a top button with an upward-pointing triangle, a middle button with a square, and a bottom button with a downward-pointing triangle. On the bottom side, there are two buttons: a left button with a left-pointing triangle and a right button with a right-pointing triangle.

-5. ¿Qué tipo de producto se fabrica?

An empty rectangular text input field with a light beige background. It features a vertical scrollbar on the right side and horizontal scrollbars at the top and bottom.

-6. ¿Cuál es la capacidad productiva de la empresa?

An empty rectangular text input field with a light beige background. It features a vertical scrollbar on the right side and horizontal scrollbars at the top and bottom.

-7. ¿Tienen espacio para crecer?

An empty rectangular text input field with a light beige background. It features a vertical scrollbar on the right side and horizontal scrollbars at the top and bottom.

-2.3 Ingeniería de producción

-1. ¿Existe un proceso detallado de la fabricación?

An empty rectangular text input field with a light beige background. It features a vertical scrollbar on the right side and horizontal scrollbars at the top and bottom.

-2. ¿Tienen diagramas de proceso?

An empty rectangular text input field with a light beige background. It features a vertical scrollbar on the right side and horizontal scrollbars at the top and bottom.

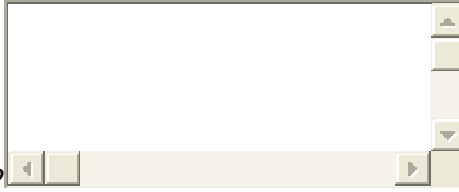
-3. ¿Tienen recorrido de actividades?

An empty rectangular text input field with a light beige background. It features a vertical scrollbar on the right side and horizontal scrollbars at the top and bottom.

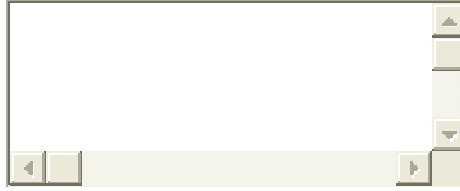
-4. Describa el orden lógico de producción

An empty rectangular text input field with a light beige background. It features a vertical scrollbar on the right side and horizontal scrollbars at the top and bottom.

-5. ¿Cuál es el rango de error que se permite?



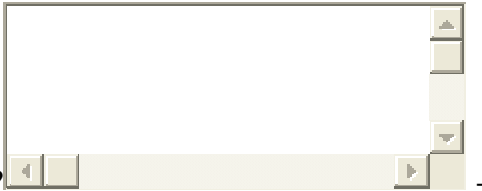
-6. ¿Existen en la empresa normas de calidad?



-2.4 Elaboración

-1. ¿Cuántos materiales se utilizan para la elaboración de las

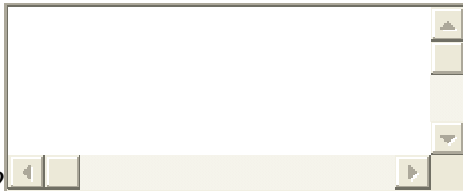
velas?



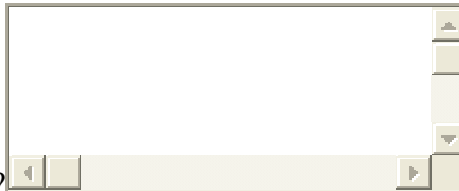
-2.5 Programación

-1. ¿Cómo se maneja la programación y el control del

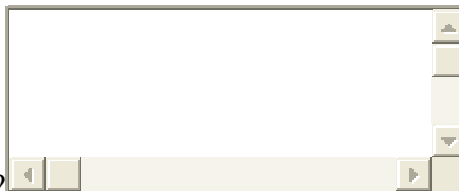
producto?



-2. ¿Cada cuándo se realiza inventario?

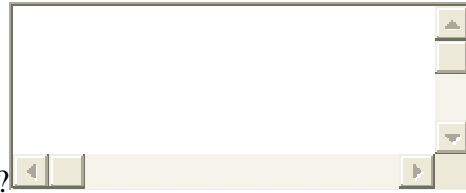


-3. ¿Cómo se realiza el inventario?

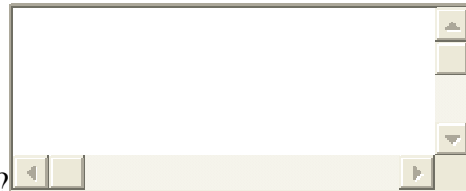


-2.6 Control de calidad

-1. ¿Tienen normas de calidad con los trabajadores?



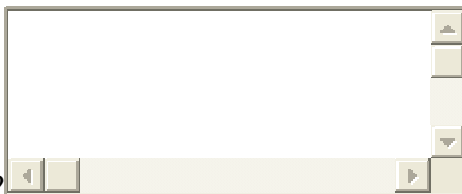
-2. ¿Cómo se logra la calidad en la producción?



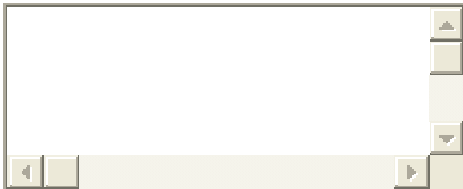
-2.7 Compras o adquisición de materiales

-1. ¿Qué proceso siguen para la compra de materia

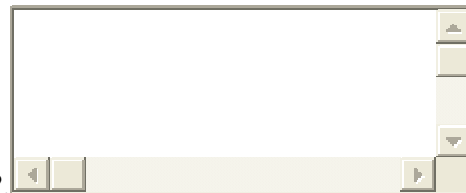
prima?



-2. ¿Existe algún sistema computarizado para el manejo de inventarios?

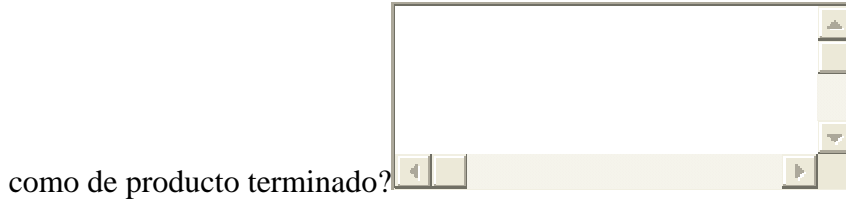


-3. ¿Cómo evalúan la calidad de la materia prima?

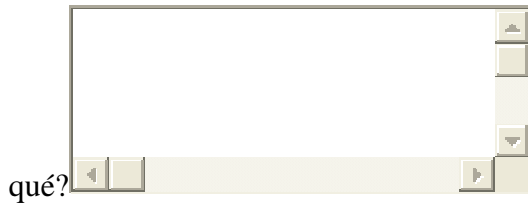


-2.8 Almacenaje

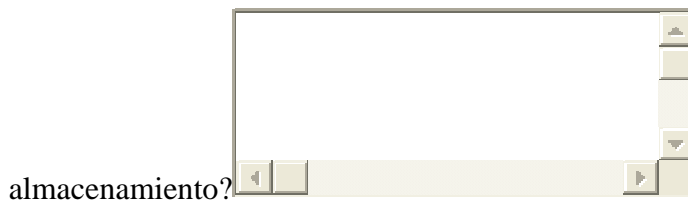
-1. En el video se muestra ¿Algún tipo de almacén de productos tanto de materia prima



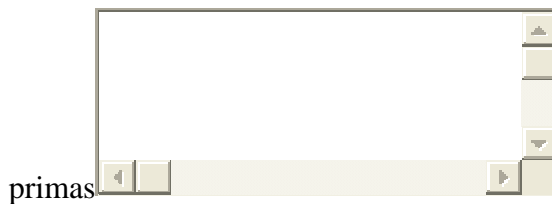
-2. ¿Aunque no aparece usted cree que lo tienen?, Si, No ¿Por



-3. ¿Requieren de un lugar específico de

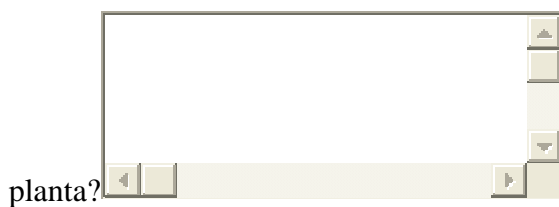


-4. ¿Qué cuidados se debe tener con las materias

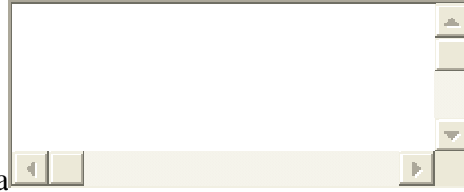


-2.9 Mantenimiento y conservación

-1. ¿Existen mecanismos de conservación y mantenimiento de la



-2. Evalúe los comentarios del Gerente de la planta

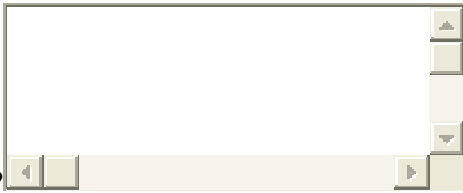


-3. ÁREA DE MERCADOTECNIA

-3.1 Investigación de mercados

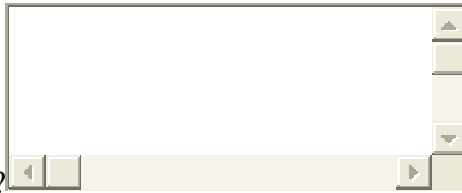
-1. ¿Realizan investigación de mercado directa al consumidor

final?



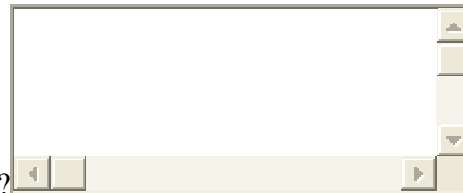
-2. ¿Realizan investigación de mercados con sus

distribuidores?



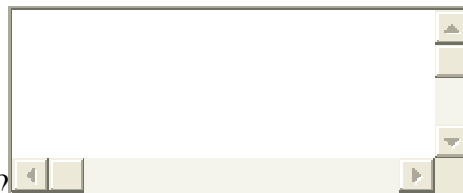
-3. ¿De que forma obtienen información para la elaboración de sus

velas?



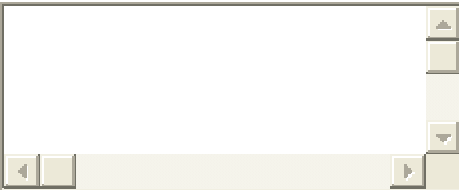
-4. ¿Tiene la empresa algún proyecto para el año --

2001?

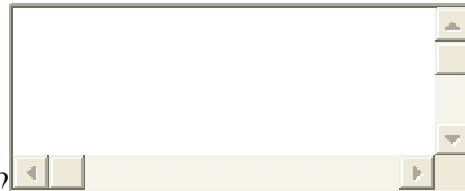


-5. ¿Tiene la empresa sistemas de información

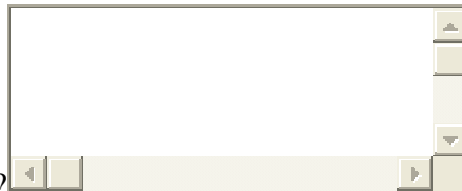
mercadológica?



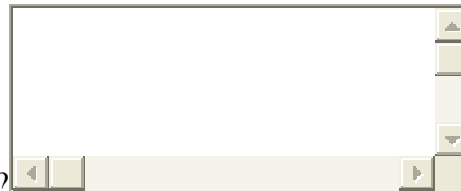
-6. ¿Quiénes son los consumidores del producto?



-7. ¿En dónde se consume habitualmente?

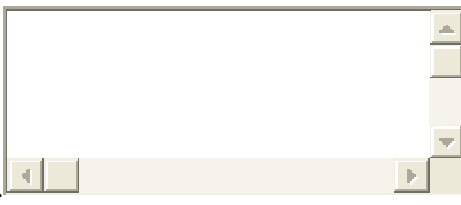


-8. ¿Qué otros usos tiene el producto?



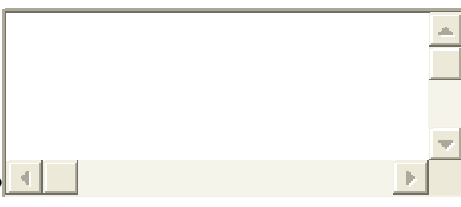
-10. ¿Cuál es el principal motivo del consumo del

producto?



-11. ¿Obtienen información estadística para la toma de decisiones?, si, ¿De qué

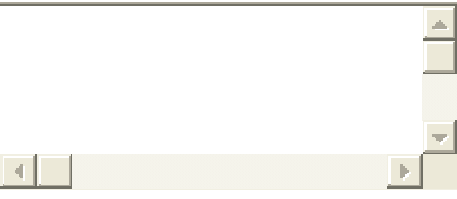
tipo?



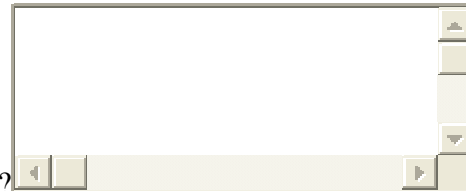
-3.2 Diseño del producto

-1. ¿Qué se toma como base para el diseño de los diferentes tipos de -

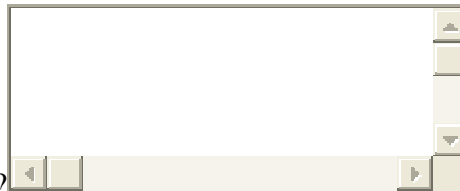
velas?



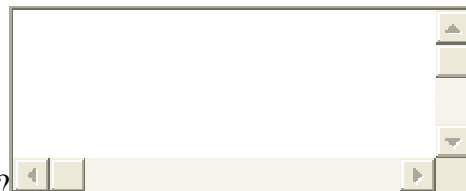
-2. ¿La presentación del producto es la adecuada?



-3. ¿Cuántas presentaciones ofrecen?

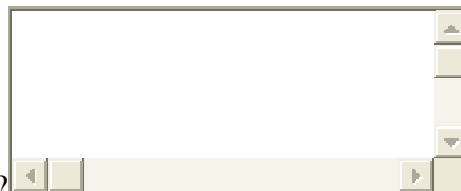


-5. ¿Requieren de alguna regulación gubernamental?

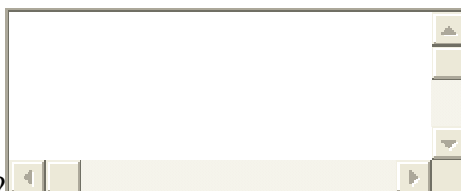


-3.3 Diversificación

-1. ¿Cuántos tipos diferentes de velas manejan?

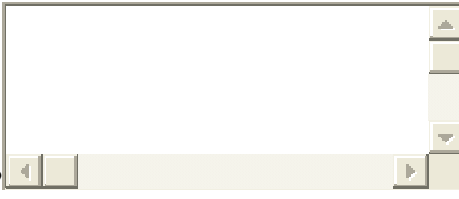


-2. ¿Se piensa a futuro crear nuevos productos?



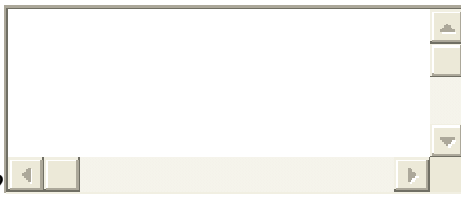
-3. Respuesta afirmativa, ¿Cuáles?, y ¿para qué tipo de

mercados?



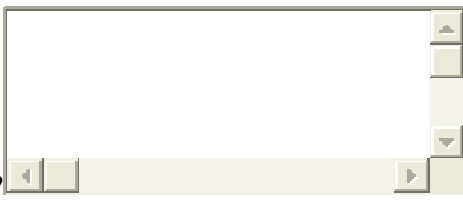
-3.4 Marcas

-1. ¿Tienen marca las velas?

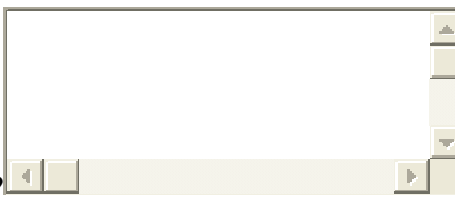


-2. ¿Es recomendable crear una imagen de marca en el consumidor

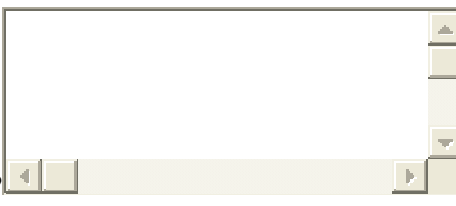
final?



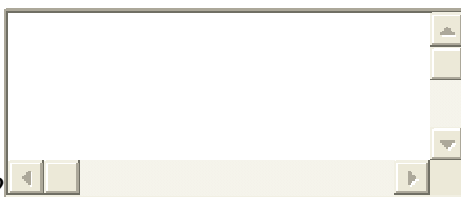
-3. En caso afirmativo, ¿por qué?, ¿cómo?



-4. En caso negativa, ¿por qué?

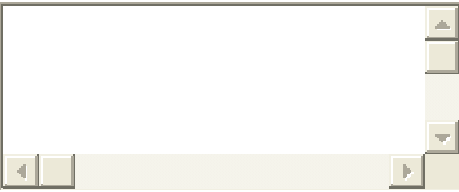


-5. ¿Cuál es el logotipo de la empresa y del producto?



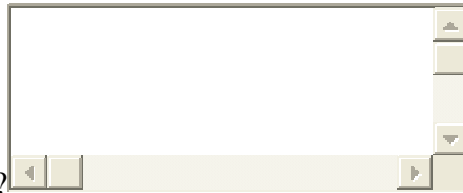
-6. ¿El diseño de la etiqueta va acorde con el producto?, si, no, ¿Por

qué?



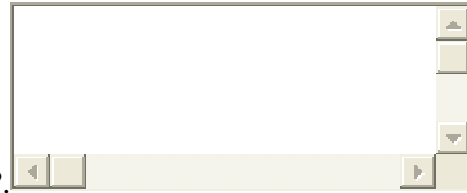
A rectangular text input field with a light beige background and a thin black border. It contains the text "qué?" on the left side. On the right side, there are four small square buttons stacked vertically, each with a different arrow icon (up, down, left, right).

-7. ¿Cómo etiquetan el producto?



A rectangular text input field with a light beige background and a thin black border. It is empty. On the right side, there are four small square buttons stacked vertically, each with a different arrow icon (up, down, left, right).

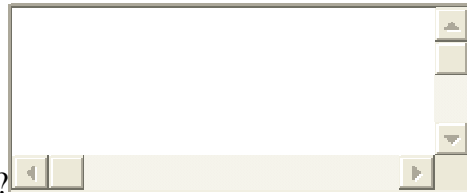
-8. ¿Qué especificaciones tiene la etiqueta?.



A rectangular text input field with a light beige background and a thin black border. It is empty. On the right side, there are four small square buttons stacked vertically, each with a different arrow icon (up, down, left, right).

-3.5 Empaque

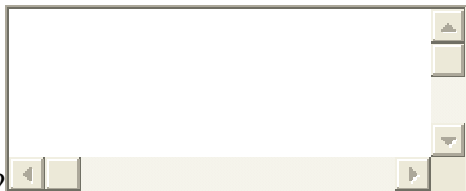
-1. ¿Cuántos tipos de empaques se utilizan?



A rectangular text input field with a light beige background and a thin black border. It is empty. On the right side, there are four small square buttons stacked vertically, each with a different arrow icon (up, down, left, right).

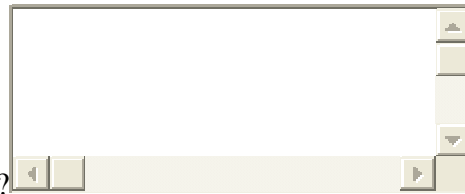
-2. ¿Cuáles son las ventajas - desventajas de utilizar cada uno de

ellos?



A rectangular text input field with a light beige background and a thin black border. It contains the text "ellos?" on the left side. On the right side, there are four small square buttons stacked vertically, each with a different arrow icon (up, down, left, right).

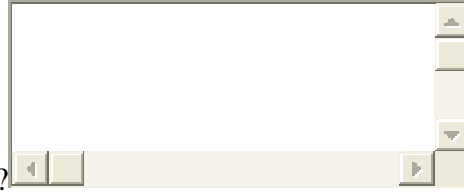
-3. ¿Existe alguna norma en cuanto al empaque?



A rectangular text input field with a light beige background and a thin black border. It is empty. On the right side, there are four small square buttons stacked vertically, each with a different arrow icon (up, down, left, right).

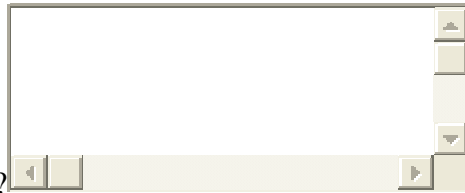
-3.6 Canales de distribución

-1. ¿Cuál es el canal de distribución que utilizan?

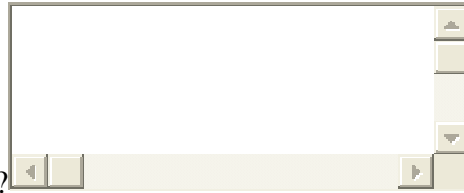


-2. ¿Que porcentaje de sus ventas esta destinado a los

mayoristas?

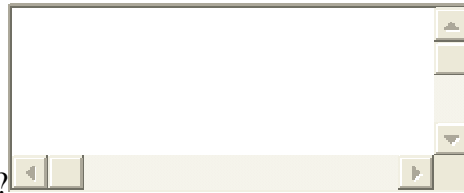


-3. ¿Qué porcentaje esta destinado a los detallistas?

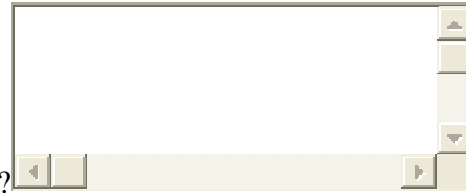


-4. ¿Cuánto esta destinado a las tiendas de

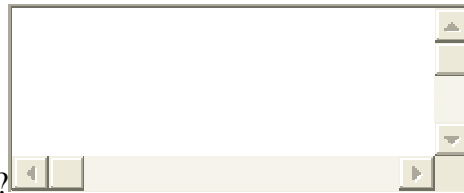
autoservicio?



-5. ¿Cómo eligieron a sus canales de distribución?



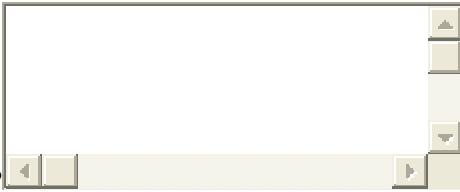
-6. ¿Cuál es su ventaja competitiva?



-3.7 Determinación de precios

-1. ¿Qué toman como base para determinar los -

precios?



A rectangular text input field with a light beige background and a thin grey border. It contains no text. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically, each with a small downward-pointing triangle. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right-pointing triangles, respectively.

-2. ¿La competencia es un factor importante para la determinación de los

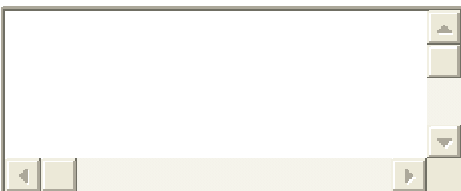
precios?



A rectangular text input field with a light beige background and a thin grey border. It contains no text. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically, each with a small downward-pointing triangle. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right-pointing triangles, respectively.

-3. ¿Los costos son determinantes en la fijación de precios? Si, no. ¿por

qué?



A rectangular text input field with a light beige background and a thin grey border. It contains no text. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically, each with a small downward-pointing triangle. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right-pointing triangles, respectively.

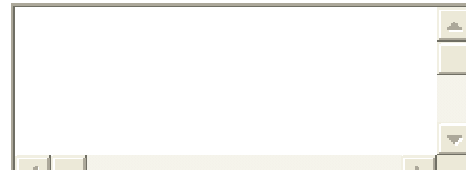
-4. ¿Cómo consideran su precio en comparación con el de su

competidor?



A rectangular text input field with a light beige background and a thin grey border. It contains no text. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically, each with a small downward-pointing triangle. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right-pointing triangles, respectively.

-5. ¿Qué tipo de costos se manejan en la empresa?



A rectangular text input field with a light beige background and a thin grey border. It contains no text. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically, each with a small downward-pointing triangle. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right-pointing triangles, respectively.

-3.8 Promoción de ventas y publicidad

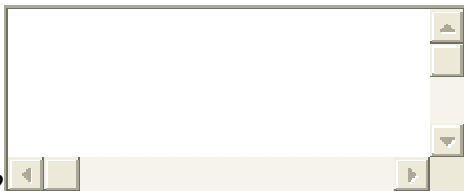
-1. ¿Cuál es la forma como promocionan sus -

productos?



-2. ¿Es importante anunciarse en las revistas religiosas? Si, no ¿por

qué?



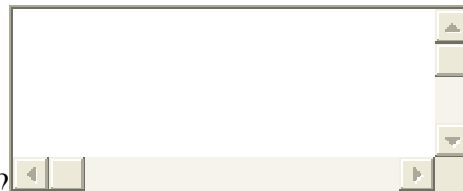
-3. ¿Qué tipo de promoción le recomendaría que

realizará?

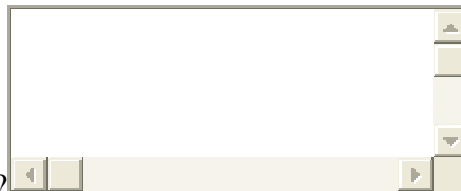


-3.9 Planeación de ventas

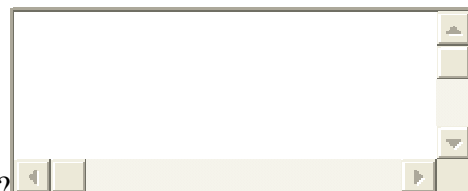
-1. ¿Cómo manejan el control de ventas?



-2. ¿Cómo venden sus productos?



-3. ¿Cuál es la estrategia para buscar nuevos clientes?

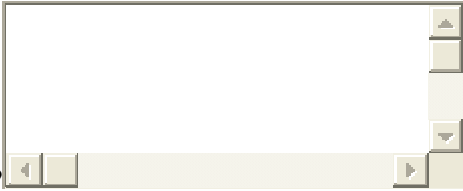


-4. ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

-4.1 Inducción y entrenamiento

-1. ¿Los empleados reciben algún tipo de entrenamiento?, afirmativo, ¿de qué

tipo?

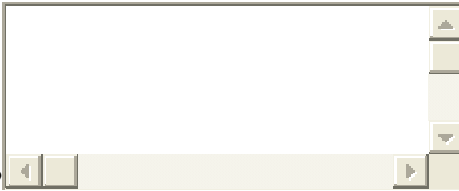


An empty rectangular form box with a light beige background and a thin black border. On the right side, there are three small square buttons with upward, middle, and downward arrows. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right arrows, respectively.

-4.2 Análisis de puestos

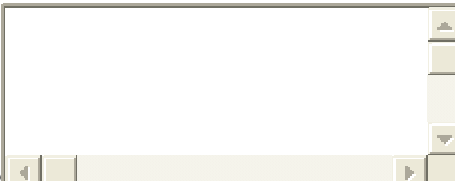
-1. ¿Están clasificados los diferentes puestos operativos de la

empresa?



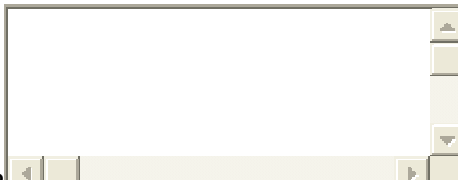
An empty rectangular form box with a light beige background and a thin black border. On the right side, there are three small square buttons with upward, middle, and downward arrows. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right arrows, respectively.

-2. ¿Se realiza análisis de puesto?



An empty rectangular form box with a light beige background and a thin black border. On the right side, there are three small square buttons with upward, middle, and downward arrows. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right arrows, respectively.

-3. ¿Cómo se determinaron las funciones?



An empty rectangular form box with a light beige background and a thin black border. On the right side, there are three small square buttons with upward, middle, and downward arrows. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right arrows, respectively.

-4.3 Prestaciones y servicios

-1. ¿Cuáles son las prestaciones que otorga la empresa? ¿Son suficientes?, ¿Agregaría

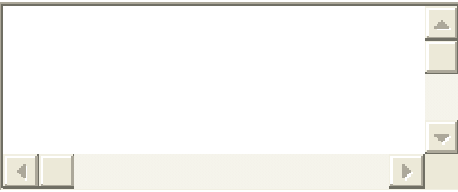
alguna?



An empty rectangular form box with a light beige background and a thin black border. On the right side, there are three small square buttons with upward, middle, and downward arrows. On the bottom left and right corners, there are small square buttons with left and right arrows, respectively.

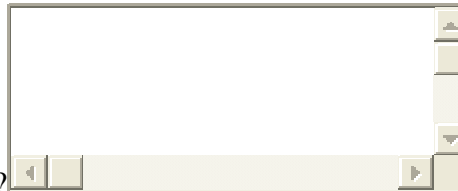
-2. ¿A todos los empleados les otorgan los beneficios de

ley?



A rectangular text input field with a light beige background. It contains the text "ley?". To the left of the text is a small square button with a left-pointing arrow. To the right of the text is a small square button with a right-pointing arrow. On the right side of the box, there is a vertical stack of three small square buttons: the top one has an up-pointing arrow, the middle one is empty, and the bottom one has a down-pointing arrow.

-3. ¿Tienen sus registros en orden?

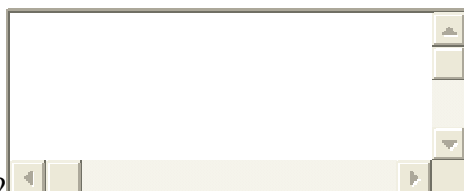


A rectangular text input field with a light beige background. It is empty. To the left of the box is a small square button with a left-pointing arrow. To the right of the box is a small square button with a right-pointing arrow. On the right side of the box, there is a vertical stack of three small square buttons: the top one has an up-pointing arrow, the middle one is empty, and the bottom one has a down-pointing arrow.

-4.4 Salarios e incentivos

-1. ¿Cuáles son los incentivos motivacionales que maneja Velas San

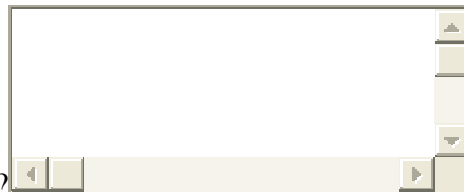
Diego?



A rectangular text input field with a light beige background. It contains the text "Diego?". To the left of the text is a small square button with a left-pointing arrow. To the right of the text is a small square button with a right-pointing arrow. On the right side of the box, there is a vertical stack of three small square buttons: the top one has an up-pointing arrow, the middle one is empty, and the bottom one has a down-pointing arrow.

-2. ¿Qué incentivos debería manejar para sus

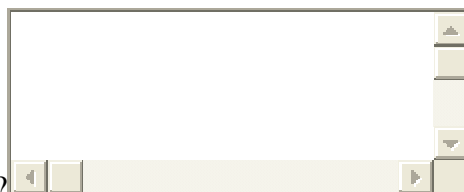
vendedores?



A rectangular text input field with a light beige background. It contains the text "vendedores?". To the left of the text is a small square button with a left-pointing arrow. To the right of the text is a small square button with a right-pointing arrow. On the right side of the box, there is a vertical stack of three small square buttons: the top one has an up-pointing arrow, the middle one is empty, and the bottom one has a down-pointing arrow.

-3. ¿De qué forma Velas San Diego motiva a sus

empleados?



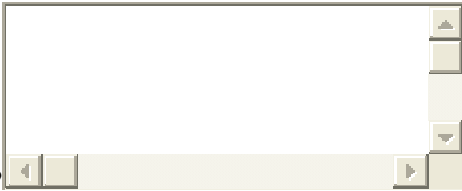
A rectangular text input field with a light beige background. It contains the text "empleados?". To the left of the text is a small square button with a left-pointing arrow. To the right of the text is a small square button with a right-pointing arrow. On the right side of the box, there is a vertical stack of three small square buttons: the top one has an up-pointing arrow, the middle one is empty, and the bottom one has a down-pointing arrow.

-5. ÁREA DE FINANZAS

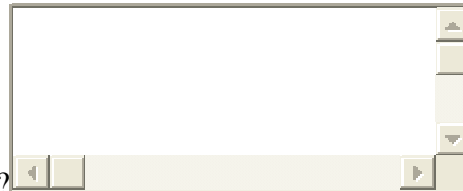
-5.1 Obtención de recursos financieros

-1. ¿De donde se obtuvo el capital para crear la

empresa?

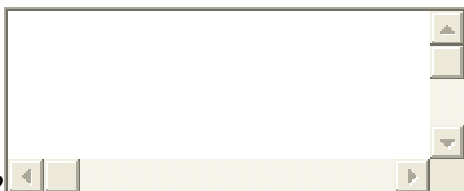


-2. ¿Utilizan algún tipo de financiamiento?



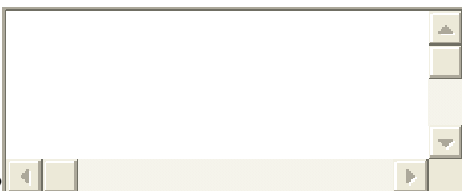
-2. Afirmativo, ¿de qué tipo?, respuesta negativa ¿por

qué?



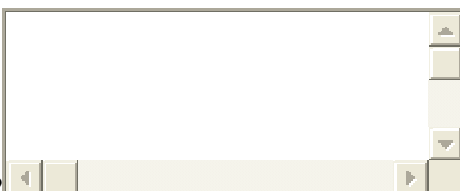
-3. ¿Qué tipo de información financiera genera la

empresa?

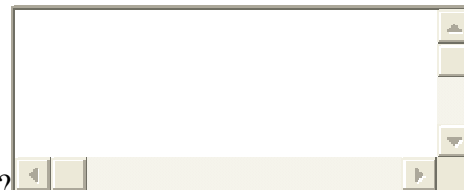


-4. ¿Qué propuesta haría para elegir fuentes de

financiamiento?

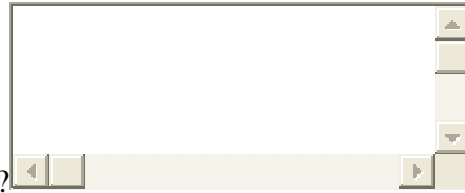


-5. ¿Tiene alguna debilidad financiera la empresa?



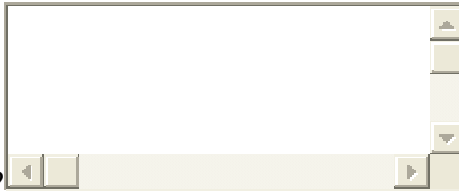
-5.2 Contabilidad

-1. ¿Quién realiza la contabilidad en la empresa?



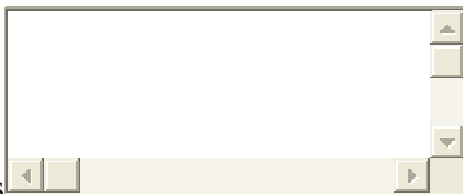
-2. ¿Se realizan internamente, o contratan un

despacho?



-3. Mencione las ventajas y desventajas de cada uno de

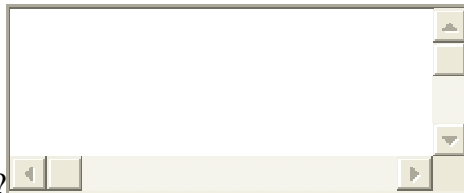
ellos



-5.3 Crédito y cobranzas

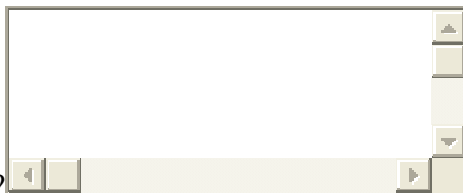
-1. Existe algún tipo de crédito con los compradores o distribuidores del

producto?

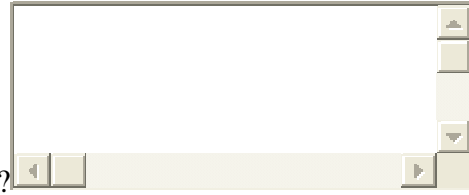


-2. Respuesta afirmativa, ¿Qué condiciones establece la

empresa?



-3. ¿Cuáles son las políticas de control de créditos?



Final del formulario

Final del formulario

**ANEXO 7 PRODUCTOS. VIDEOS, GUIAS DEL MAESTRO, DISCOS
COMPACTOS Y D. .V.
A CONTINUACIÓN PRESENTAMOS LAS PORTADAS DE LOS VIDEOS YA
QUE EL VIDEO EN SI ESTA CONTENIDO EN LOS D. V. D. QUE SE
ADJUNTAN**

PROGRAMA DE APOYO A PROYECTOS INSTITUCIONALES DE MEJORAMIENTO DE LA ENSEÑANZA (PAPIME)

Video
empresarial
educativo
Yakult
caso práctico

La empresa Yakult S.A. de C.V. se encarga de la fabricación y comercialización de un producto lácteo denominado Yakult, que es elaborado a base de lactobacilos, la función principal de este producto, es la de mejorar la salud de la población y combatir las enfermedades gastrointestinales.

El video muestra en forma detallada la elaboración del producto, explicando cada una de las etapas por las que atraviesa. la forma como la empresa ha obtenido sus recursos financieros, y en el área de mercadotecnia, se ve la importancia de la distribución de los productos "casa por casa" (cambaceo).

Se destaca también la filosofía y misión que rigen el funcionamiento y manejo del personal de la empresa.

Este material, puede ser de gran utilidad para las licenciaturas en administración, Contaduría, e informática; puede ser evaluado y analizado en cada una de las áreas funcionales; y si usted quiere dar una visión general de la forma como se administra una empresa se recomienda consultar la guía escrita (anexa) para el profesor.

DURACIÓN DEL VIDEO 28 min.

Video elaborado por el Departamento de Métodos audiovisuales de la FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Coordinador del proyecto PAPIME
L.A. y Maestro Adrián Méndez Salvatorio
Coordinadores Académicos:
L.A. y Maestra Laura Fischer de la Vega
Ing. Antonio Castro Martínez

OTROS TÍTULOS DE LA COLECCIÓN:

JARABE PERLA S.A. de C.V.
PORTACREDENCIALES DE MÉXICO S.A. de C.V.
ESCUELA COMERCIAL NÚÑEZ FRAGOSO
GEBARA S.A. de C.V.
CARTÓN FÉNIX S.A. de C.V.

VELAS SAN DIEGO S.A de C.V.
LOS ANGELES FILMS Y ARENA FILMS S.A. de C.V.
SERVICIO EXPRESS DE IMPRESIÓN S.A. de C.V.
INDUSTRIALIZADORA DE AMARANTO
MOLOTLA S.P.R. de R.L.

Video
empresarial
educativo
caso práctico



Video
empresarial
educativo
Yaku

caso práctico



FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN



PROGRAMA DE APOYO A PROYECTOS INSTITUCIONALES DE MEJORAMIENTO DE LA ENSEÑANZA (PAPIME)

Video empresarial
educativo
Cartón Fénix
caso práctico

La empresa Cartón Fénix S.A. de C.V. tiene como función principal la elaboración de cartón y derivados.

El video contempla las cuatro principales áreas de la administración: finanzas, mercadotecnia, producción y recursos humanos.

En el área de finanzas habla de los fondos de apoyo que existen en el país y los obstáculos que se deben de vencer para acceder a los mismos.

En el área de mercadotecnia y ventas nos platican sobre su estrategia de ventas en forma muy concreta.

En el área de producción, se hace un recorrido muy detallado del proceso productivo del cartón.

En cuanto al factor humano nos menciona el perfil de su personal a partir de los valores que maneja la empresa

Este material, sirve de apoyo para las materias de administración, planeación estratégica y áreas funcionales de la administración

DURACIÓN DEL VIDEO 32 min.

Video elaborado por el Departamento de Métodos audiovisuales de la FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Coordinador del proyecto PAPIME

L.A. y Maestro Adrián Méndez Salvatorio

Coordinadores Académicos:

L.A. y Maestro Laura Fischer de la Vega

Ing. Antonio Castro Martínez

OTROS TÍTULOS DE LA COLECCIÓN:

JARABE PERLA S.A. de C.V.

PORTACREDENCIALES DE MÉXICO S.A. de C.V.

ESCUELA COMERCIAL NÚÑEZ FRAGOSO

YAKULT S.A. de C.V.

GEBARA S.A. de C.V.

VELAS SAN DIEGO S.A. de C.V.

LOS ANGELES FILMS Y ARENA FILMS S.A. de C.V.

SERVICIO EXPRESS DE IMPRESIÓN S.A. de C.V.

INDUSTRIALIZADORA DE AMARANTO

MOLOTLA S.P.R. de R.L.

Video empresarial educativo
Cartón Fénix
caso práctico



FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN



Video empresarial educativo
Cartón Fénix
caso práctico



PROGRAMA DE APOYO A PROYECTOS INSTITUCIONALES DE MEJORAMIENTO DE LA ENSEÑANZA (PAPIME)

Velas San Diego S.A. de C.V.

Velas San Diego, S.A. de C.V. es una empresa encargada de la fabricación y venta de velas de todo tipo. Es una empresa que muestra como vincular las costumbres culturales y religiosas de nuestro pueblo con un negocio próspero de fabricación.

En el video se muestra como se conjuga maquinaria y factor humano para lograr productos de consumo popular de alta creatividad en diseño.

El proceso de fabricación aunque sencillo, se observan los aspectos de sistematización productiva. La administración aplicada a este tipo de negocios es muy necesaria para la optimización de las operaciones y el incremento de las utilidades de la empresa.

La orientación que se da en el caso práctico presentado en la guía escrita (anexa) es el de Plan de Exportación.

DURACIÓN DEL VIDEO 23 min.

Video elaborado por el Departamento de Métodos audiovisuales de la FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Coordinador del proyecto PAPIME
L.A. y Maestro Adrián Méndez Salvatorio
Coordinadores Académicos:
L.A. y Maestra Laura Fischer de la Vega
Ing. Antonio Castro Martínez

OTROS TÍTULOS DE LA COLECCIÓN:

JARABE PERLA S.A. de C.V.
PORTACREDENCIALES DE MÉXICO S.A. de C.V.
ESCUELA COMERCIAL NÚÑEZ FRAGOSO
YAKULT S.A. de C.V.
CARTÓN FÉNIX S.A. de C.V.

GEBARA S.A. de C.V.
LOS ANGELES FILMS Y ARENA FILMS S.A. de C.V.
SERVICIO EXPRESS DE IMPRESIÓN S.A. de C.V.
INDUSTRIALIZADORA DE AMARANTO
MOLOTLA S.P.R. de R.L.

Caso Práctico



Velas San Diego S.A. de C.V.



Velas San Diego S.A. de C.V.

Caso Práctico

Video Empresarial Educativo



PROGRAMA DE APOYO A PROYECTOS INSTITUCIONALES DE MEJORAMIENTO DE LA ENSEÑANZA (PAPIME)

Servicio

EXPRESS DE IMPRESIÓN
S.A. DE C.V.

Caso práctico

La empresa Servicio Express de Impresión S.A. de C.V., es una organización encargada de las Artes Gráficas, principalmente en la impresión, servicio de diseño gráfico, impresión en offset, formas continuas, e impresión digital. cuenta con tres áreas funcionales: Área Administrativa (Finanzas y Recursos Humanos), Área de Mercadotecnia y Área de Producción.

La empresa tiene dos proyectos importantes:

1. Posicionarse dentro del mercado de impresión digital,
2. Buscar ¿cuáles serían las posibilidades de expansión a la zona del Bajío?

El video muestra en forma detallada la administración de la empresa, las funciones que se realizan en cada uno de sus departamentos, las diferentes formas de control de producción y venta, etcétera

La orientación que se da en el caso práctico y que se presenta en la guía escrita (anexa), es la evaluación como proyecto de inversión.

DURACIÓN DEL VIDEO 31 min.

Video elaborado por el Departamento de Métodos audiovisuales de la FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Coordinador del proyecto PAPIME

L.A. y Maestro Adrián Méndez Salvatorio

Coordinadores Académicos:

L.A. y Maestra Laura Fischer de la Vega
Ing. Antonio Castro Martínez

OTROS TÍTULOS DE LA COLECCIÓN:

JARABE PERLA S.A. de C.V.

PORTACREDENCIALES DE MÉXICO S.A. de C.V.

ESCUELA COMERCIAL NÚÑEZ FRAGOSO

YAKULT S.A. de C.V.

CARTÓN FÉNIX S.A. de C.V.

VELAS SAN DIEGO S.A. de C.V.

LOS ANGELES FILMS Y ARENA FILMS S.A. de C.V.

GEBARA S.A. de C.V.

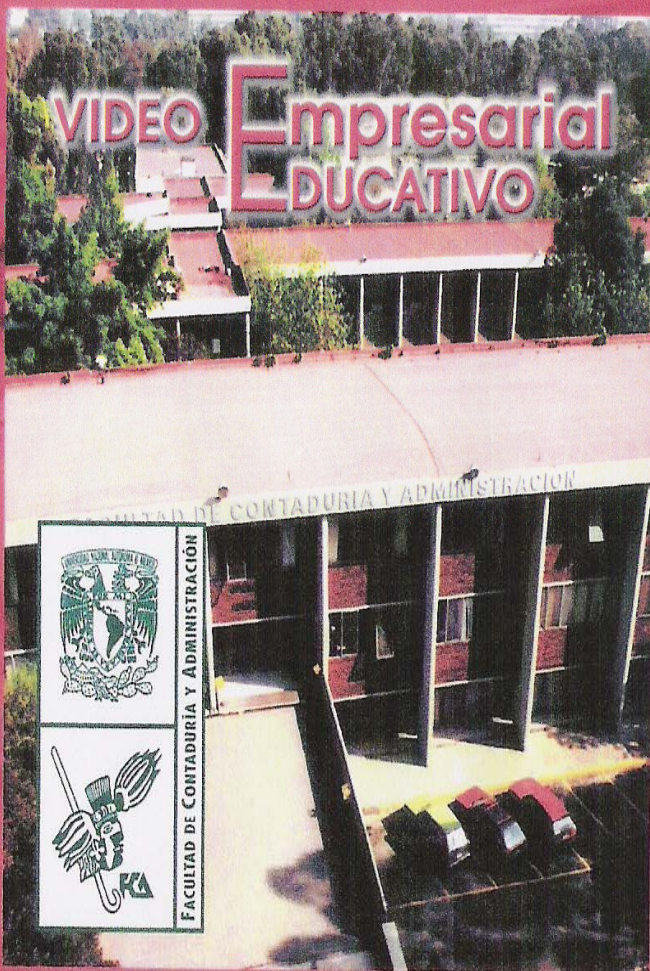
INDUSTRIALIZADORA DE AMARANTO

MOLOTLA S.P.R. de R.L.



Servicio
EXPRESS DE IMPRESIÓN
S.A. DE C.V.

Caso práctico



PROGRAMA DE APOYO A PROYECTOS INSTITUCIONALES DE MEJORAMIENTO DE LA ENSEÑANZA (PAPIME)

PORTACREDENCIALES DE MÉXICO S.A. de C.V.
Video Empresarial Educativo

La empresa Portacredenciales de México S.A. de C.V. fue idea y producto de un alumno que se tituló a través del Seminario de "Creación y Promoción de Empresas" impartido en la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.

Es una micro empresa que fabrica y comercializa portacredenciales, billeteras, carpetas promocionales, llaveros en piel o en plástico.

El video presenta la problemática de una microempresa en ventas, producción, mercadotecnia y factor humano, así como la forma en que este empresario ha resuelto los problemas de su negocio y las herramientas administrativas que ha empleado.

Se pudo observar también el medio ambiente en el que trabaja una pequeña empresa y como optimiza sus recursos.

Puede este video ser un fiel ejemplo de lo que en México acontece con el 98% de nuestra industria.

El video contiene una guía escrita (anexa), enfocada a las áreas funcionales de la administración.

DURACIÓN DEL VIDEO 23 min.

Video elaborado por el Departamento de Métodos audiovisuales de la FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Coordinador del proyecto PAPIME
L.A. y Maestro Adrián Méndez Salvatorio
Coordinadores Académicos:
L.A. y Maestra Laura Fischer de la Vega
Ing. Antonio Castro Martínez

OTROS TÍTULOS DE LA COLECCIÓN:

JARABE PERLA S.A. de C.V.

GEBARA S.A. de C.V.

ESCUELA COMERCIAL NÚÑEZ FRAGOSO

YAKULT S.A. de C.V.

CARTÓN FÉNIX S.A. de C.V.

VELAS SAN DIEGO S.A. de C.V.

LOS ANGELES FILMS Y ARENA FILMS S.A. de C.V.

SERVICIO EXPRESS DE IMPRESIÓN S.A. de C.V.

INDUSTRIALIZADORA DE AMARANTO

MOLOTLA S.P.R. de R.L.

Caso Práctico

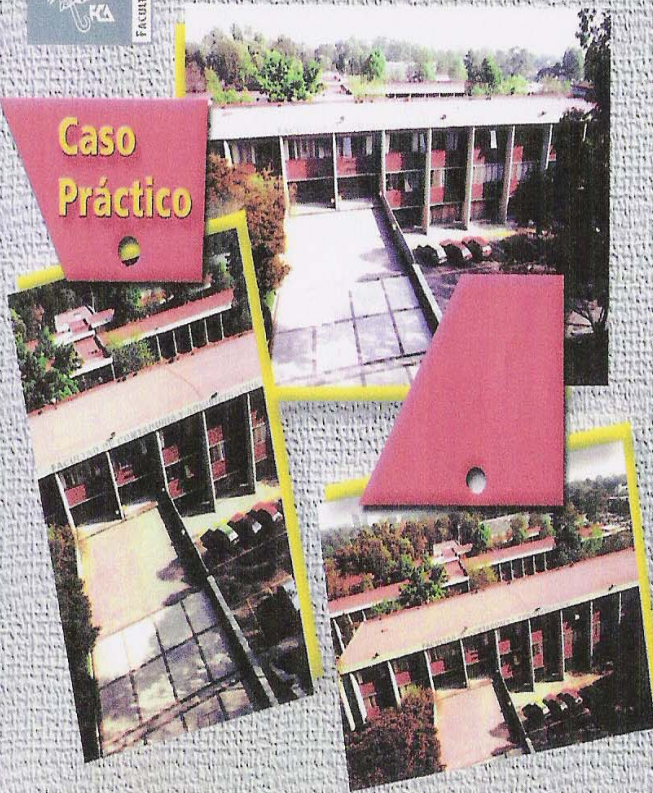
PORTACREDENCIALES DE MÉXICO S.A. de C.V.

Video Empresarial Educativo

PORTACREDENCIALES DE MÉXICO S.A. de C.V.
Video Empresarial Educativo



Caso Práctico



PROGRAMA DE APOYO A PROYECTOS INSTITUCIONALES DE MEJORAMIENTO DE LA ENSEÑANZA (PAPIME)

Jarabe Perla S.A. de C.V.

La empresa Jarabe Perla S.A. es una organización que fabrica y comercializa jarabe natural y de granadina que sirve para la preparación de cócteles, para endulzar bebidas de cualquier tipo, y en la industria de confitería y repostería, cuenta con diferentes áreas funcionales: finanzas, mercadotecnia, recursos humanos y administración general. Cada una de ellas tiene diferentes funciones y todas se encuentran relacionadas entre sí.

El video muestra en forma detallada la administración de la empresa, las funciones que se realizan dentro de sus áreas funcionales, el proceso de producción de los jarabes, la forma como se realiza el control de calidad, etcétera.

Usted puede analizar, evaluar y obtener conclusiones con la información obtenida en el video grabado.

Puede ser tratado en forma independiente para la resolución de problemas específicos en las áreas de Administración, Recursos Humanos, Mercadotecnia, Finanzas y Producción. Uno de los proyectos más importantes para la empresa en este momento, es el de incursionar en el mercado de consumo con dos productos:

- a) Jarabe de maple
- b) Jarabe de granadina como alimento para aves (colibri)

El desarrollar cualquiera de estos proyectos requiere de financiamiento, ampliación o cambio de local, modernizar la planta productiva y agregar personal para la distribución y venta de los nuevos productos.

El video puede ser manejado siguiendo los lineamientos de un Proyecto de Inversión, este video contiene una guía escrita que puede ser de utilidad para el mejor aprovechamiento del material.

DURACIÓN DEL VIDEO 31 min.

Video elaborado por el Departamento de Métodos audiovisuales de la FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Coordinador del proyecto PAPIME
L.A. y Maestro Adrián Méndez Salvatorio
Coordinadores Académicos:
L.A. y Maestra Laura Fischer de la Vega
Ing. Antonio Castro Martínez

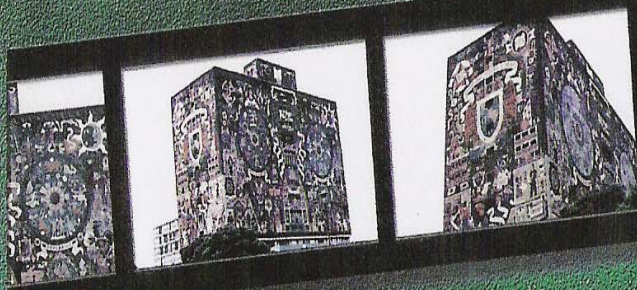
OTROS TÍTULOS DE LA COLECCIÓN:

GEBARA S.A de C.V.
PORTACREDENCIALES DE MÉXICO S.A. de C.V.
ESCUELA COMERCIAL NÚÑEZ FRAGOSO
YAKULT S.A. de C.V.
CARTÓN FÉNIX S.A. de C.V.

VELAS SAN DIEGO S.A de C.V.
LOS ANGELES FILMS Y ARENA FILMS S.A. de C.V.
SERVICIO EXPRESS DE IMPRESIÓN S.A. de C.V.
INDUSTRIALIZADORA DE AMARANTO
MOLOTLA S.P.R. de R.L.

Caso práctico

Jarabe Perla S.A. de C.V.



VIDEO EMPRESARIAL EDUCATIVO



FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

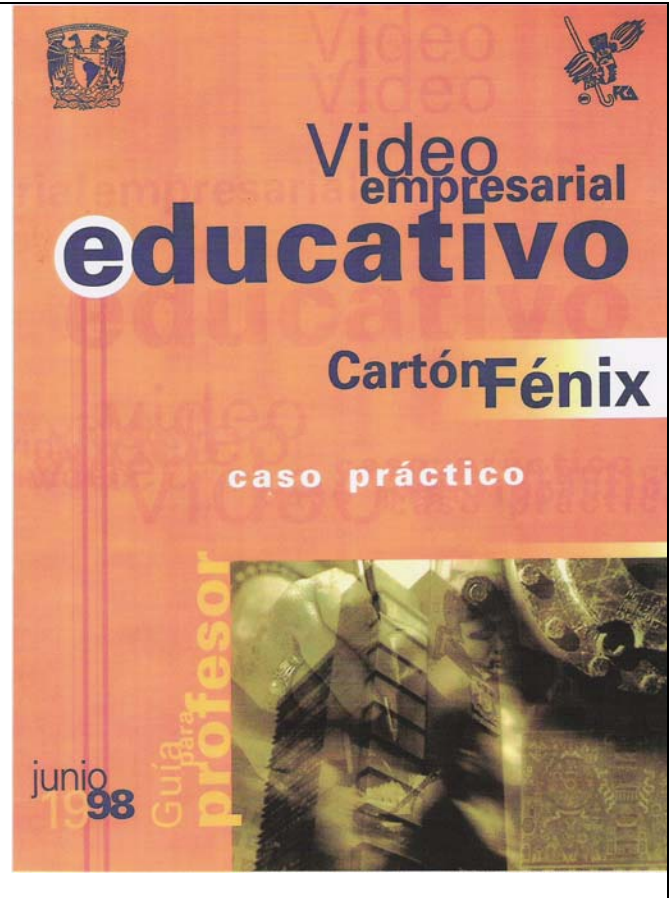
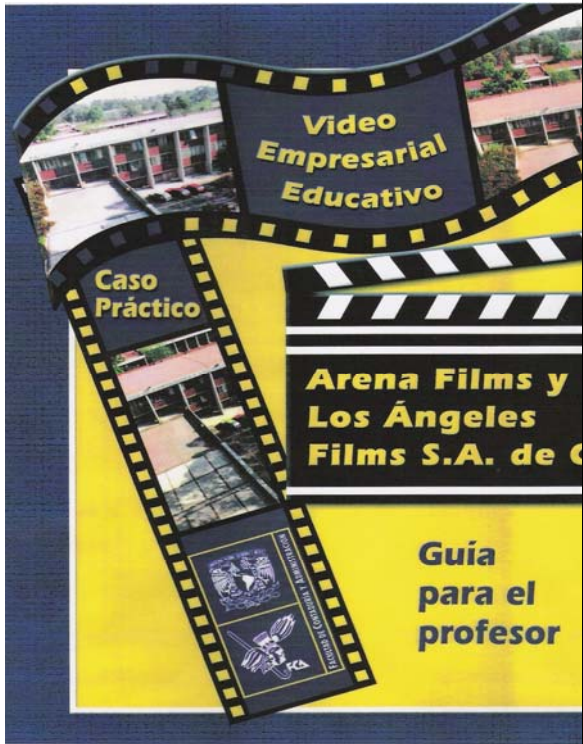


Caso práctico



Jarabe Perla S.A. de C.V.



Portadas de las guías para el maestro.



GEBARA
Caso práctico
 S.A. DE C.V.

GUÍA PARA EL PROFESOR




Video Empresarial educativo

video empresarial educativo
 ESCUELA COMERCIAL
NÚÑEZ FRAGOSO
 ••• **caso práctico** •••


VIDEO EMPRESARIAL EDUCATIVO
 CASO PRACTICO

guía para el profesor

VIDEO EMPRESARIAL EDUCATIVO
 CASO PRACTICO


VIDEO EMPRESARIAL EDUCATIVO



Guía para el profesor

Caso práctico

Jarabe Perla
 S.A. de C.V.



Video empresarial educativo




educativo

Yakul

caso práctico

Guía para el profesor

junio 1998

Velas San Diego S.A. de C.V.

Facultad de Contaduría y Administración

Caso Práctico

Guía para el profesor

Video Empresarial Educativo

Industrializadora de amaranto

UNAM

MOLOTLA

Sociedad de producción rural de R.L.

Video Empresarial Educativo

CASO PRÁCTICO

Guía para el profesor

PORTACREDENCIALES DE MÉXICO S.A. de C.V.

Video Empresarial Educativo

Caso Práctico

Guía para el Profesor

Servicio

EXPRESS DE IMPRESIÓN S.A. DE C.V.

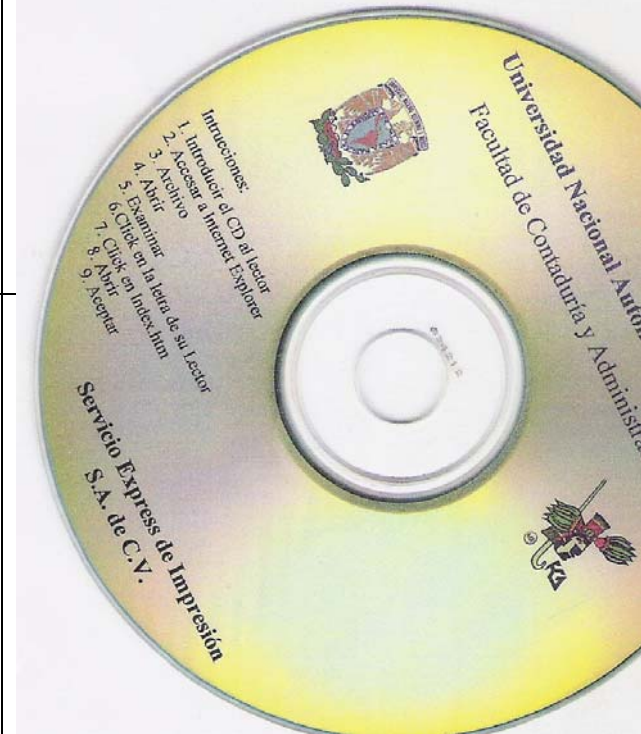
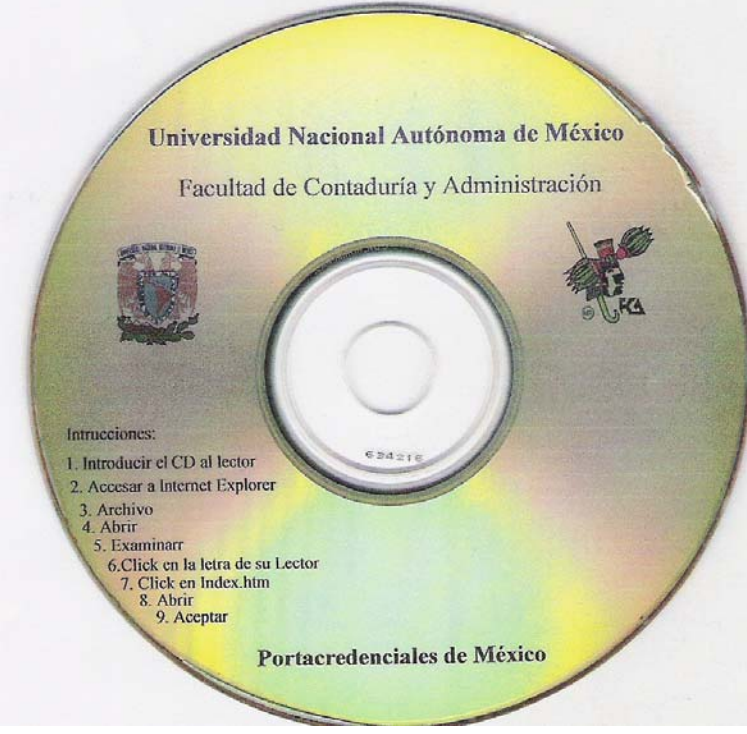
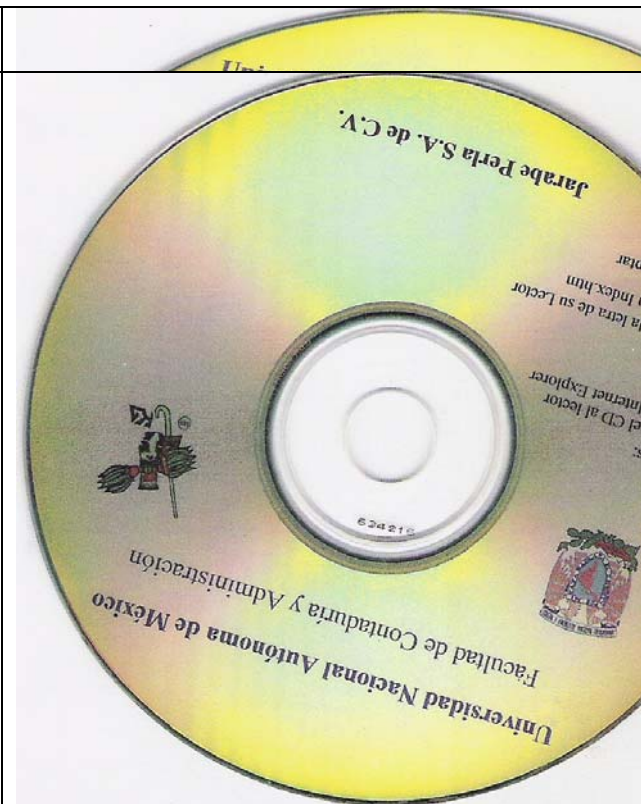
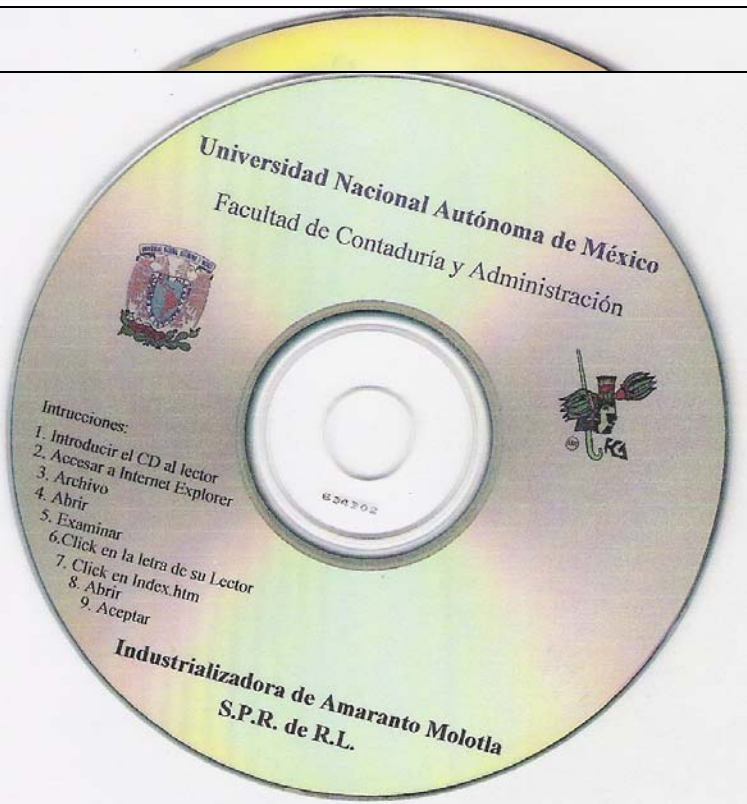
Caso práctico

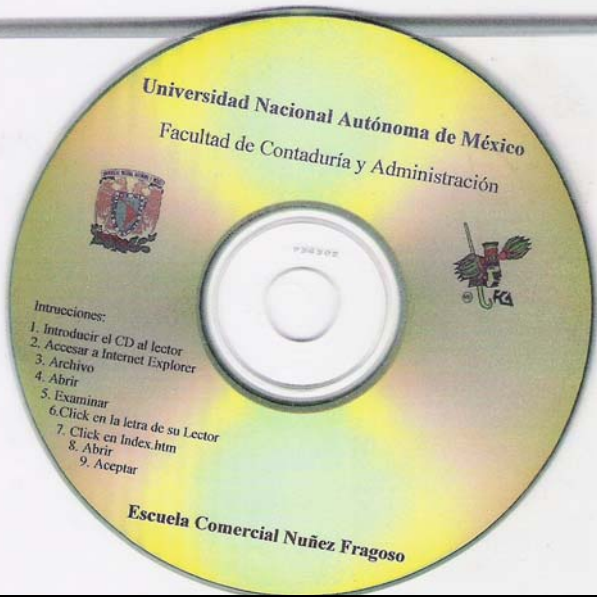
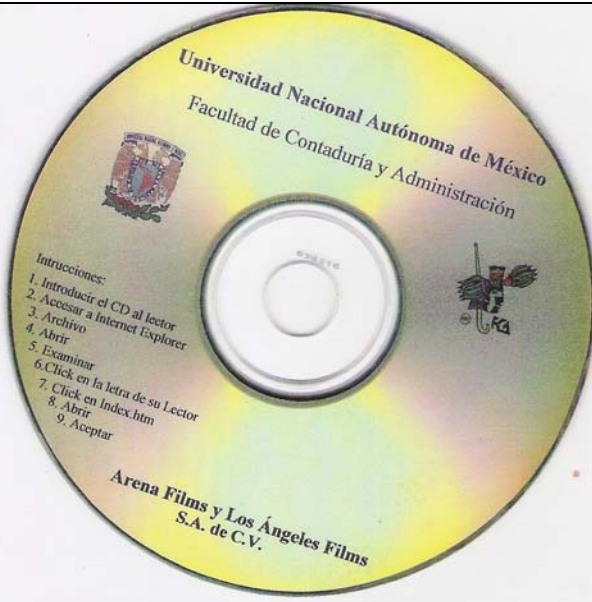
VIDEO Empresarial EDUCATIVO

Facultad de Contaduría y Administración

Guía para el profesor

Presentamos un ejemplar de los videos en C. D. Se adjunta a este trabajo las portadas del C. D.





Los D. V. D` S. Se adjuntan a este trabajo.

BIBLIOGRAFÍA.

ACKOFF RUSELL L.. "Rediseñando el Futuro". Primera Edición. Limusa Noriega Editores. México D.F. 1994.

ARBONES MALISANI EDUARDO A... "Ingeniería de Sistemas". Primera Edición. Marcombo S.A. Barcelona España. 1991.

BOOCH GRADY. "Análisis y Diseño Orientado a Objetos". Segunda Edición. Addison-Wesley / Diaz de Santos Iberoamericana S.A. Delaware. U.S.A. 1996.

CAMPOVERDE AYRES JOSE. "Visión de Líder Calidad Total". Primera Edición. Editorial Apoyo S.A. Lima, Perú. 1993.

ESTEBAN CHAVEZ CHAVEZ "Cartilla de enseñanza audiovisual" México D. F. 1954 Talleres el Nacional.

DRUCKER PETER F.. "La Sociedad Post Capitalista". Primera Edición. Grupo Editorial Norma. Bogota, Colombia. 1994.

FORRESTER Jay W: Dinámica Industrial. Editorial Ateneo, Buenos Aires, 1981.

GORDON GEOFFREY. "Simulación de Sistemas". Primera Edición. Editorial Diana S.A. México. 1980.

JOHANSSON-MCHUGH, PENDLEBURY-WHEELER. "REINGENIERIA de Procesos de Negocios". Primera Edición. Editorial LIMUSA S.A. México 1994.

KENNETH E. KENDALL JULIE E. KENDALL. "Análisis y Diseño de Sistemas". Tercera Edición. Prentice Hall Hispanoamericana S.A. México Tercera Edición. 1997.

LAUDON KENNETH C.. LAUDON JANE P. 1996. "Administración de los Sistemas de Información Organización y Tecnología". Tercera Edición. Prentice Hall Hispanoamericana S.A. México Tercera Edición. 1996

MANUAL de Vensim: User's Guide Version 1.62. Ventana Systems 1995.

NANCY Roberts y Otros: Introduction to Computer Simulation for System Dynamics Modeling Approach. Productivity Press, 1996.

REFERENCE Manual Professional Dynamo, US.A. 1986.

RICHARDSON G. Pugh III A. Introduction to System Dynamics Modeling With Dynamo. Productivity Press. US.A. 1981.

RODRIGUEZ FRANCISO J.. "Introducción a la Metodología de las Investigaciones Sociales". Primera Edición. Editora Política. La Habana 1984.

RODRIGUEZ ULLOA RICARDO. "La Sistémica, los sistemas blandos y los sistemas de información". Primea Edición. Editorial Universidad del Pacífico. Lima, Perú, 1993.

ROEL PINEDA VIRGILIO. "La Tercera Revolución Industrial y la Era del Conocimiento". Primera Edición. CONCYTEC. Lima, Perú. 1997.

ZILL Denis G: Ecuaciones Diferenciales con Aplicaciones. Editorial Grupo Iberoamérica, México. 1982.

JAY W. Forrester: Principles of Systems. Text and Workbook. MIT Press/Wright-Allen, 1968.

Integrantes: Willy Hoczman, Matias Portnoy, Marcelo Erihimovich y Facundo Alfie.

<http://www.monografias.com/trabajos14/teoria-sistemas/teoria-sistemas.shtml>

Trabajo enviado por:

Matías Portnoi

vamoslacade@hotmail.com

Casanova, Elsa M. Para Comprender las Ciencias de la Educación. Editorial Verbo Diario; 1991; España.

Husen, Torsten y Pstlethwaite, T. Neville. Enciclopedia Internacional de la Educación, Volumen 8. Editorial Vicens Vives y Ministerio de Educación y Ciencia; 1990; Madrid.

Klinger, Cynthia y Vadillo, Guadalupe. Psicología Cognitiva. McGraw-Hill Litográfica Ingramex; 1999; México.

Moquete, Jacobo; Introducción a la Educación. Malibú y Editora Tavarez; 1995; Santo Domingo.

http://148.244.240.150/kvn/centros_vinculacion/index.asp

<http://www.sedeco.df.gob.mx/tramites/cve/informacion.html>