

# Guía de Planeación

Anote cinco definiciones de planeación y el nombre de su autor; subraye los elementos similares en cada una de ellas.

---

---

---

---

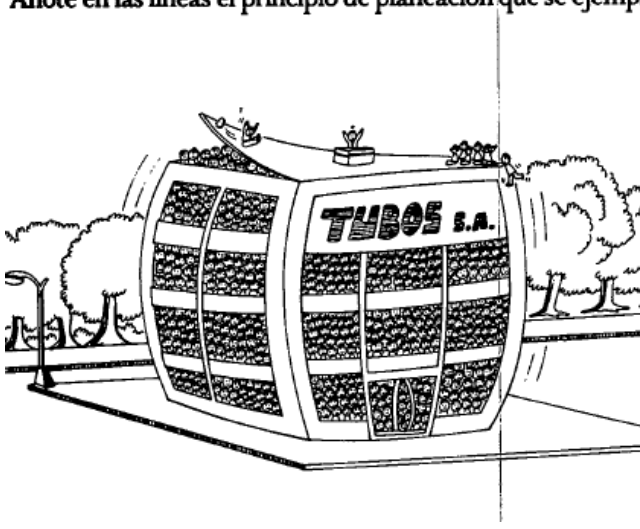
---

---

---

---

Anote en las líneas el principio de planeación que se ejemplifique en cada figura y explique a qué se refiere.



---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

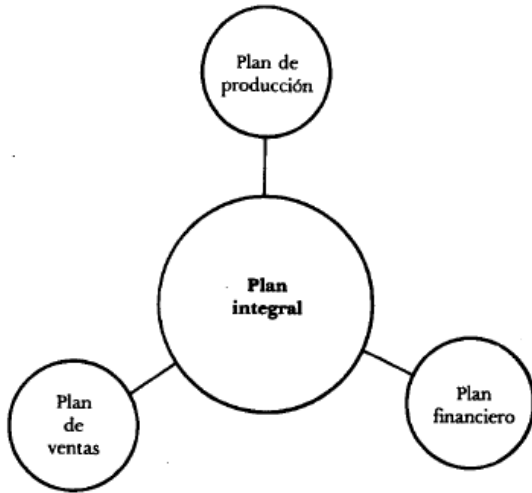
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Elabore un diagrama que represente la tipología de la planeación y su relación con los planes.

Consulte periódicos y revistas del último año; recorte y adhiera dos artículos en los que se demuestre la importancia de la planeación y anote las causas.

---

---

Estudie las etapas de la planeación. Anote en el paréntesis una "O" si el enunciado de la izquierda es un objetivo; "PR" si corresponde a un propósito; una "E", a una estrategia; una "P", a una política, y una "R", a una regla.

- a) Obtener utilidades por un millón de pesos mensuales. ( )
- b) Vender 80 millones de pesos anuales del producto X. ( )
- c) Fabricar calzado para dama. ( )
- d) Incrementar la penetración en el mercado. ( )
- e) Fabricar los productos de mejor calidad en el mercado. ( )
- f) No aceptar personal femenino. ( )
- g) Las comisiones se pagarán de acuerdo con el volumen de ventas. ( )
- h) Investigar el mercado en el área metropolitana antes de introducir el producto. ( )
- i) Estudiar la competencia. ( )
- j) Producir artículos con un máximo de calidad y un mínimo de costo. ( )
- k) No se otorgará crédito a clientes foráneos. ( )
- l) Producir diariamente 40 piezas del artículo X. ( )

Anote si cada uno de los siguientes incisos constituye una premisa interna o una externa, y si ésta es de carácter político, legal, económico, social o técnico.

- a) Crecimiento demográfico
- 
-

b) Huelga del personal obrero

---

---

---

c) Globalización económica

---

---

---

d) Exención de impuestos para empresas nuevas o necesarias

---

---

---

e) Contaminación ambiental

---

---

---

f) Nuevas técnicas de fabricación

---

---

---

g) Crecimiento del índice inflacionario

---

---

---

h) Descentralización de la zona metropolitana

---

---

---

Anote en el primer paréntesis una "O" si el enunciado de la izquierda es un objetivo o una "P" si es una política; y en el segundo paréntesis, una "E" si es a nivel estratégico, una "T" si es táctico u "OP" si es operativo.

- |  |     |     |
|--|-----|-----|
| a) Incrementar el volumen de producción a 10 toneladas en el año actual.   | ( ) | ( ) |
| b) Obtener una utilidad neta de mil millones de pesos durante los próximos cinco años.   | ( ) | ( ) |
| c) Incrementar en 50 % la penetración en el mercado durante el año actual.   | ( ) | ( ) |
| d) Fabricar semanalmente mil piezas del artículo X.  | ( ) | ( ) |
| e) Se producirán artículos que permitan formar una industria integrada.  | ( ) | ( ) |
| f) El departamento de recursos humanos autorizará el monto y determinará las características de los préstamos a empleados de acuerdo con su sueldo y antigüedad. | ( ) | ( ) |
| g) Se otorgará un incremento salarial de 30 % anual.   | ( ) | ( ) |

La empresa Dulces Ricos, S. A., decidió lanzar al mercado un chocolate dietético; pero antes de introducirlo desea hacer una investigación para evaluar el grado de aceptación de su producto. El departamento de mercadotecnia considera que para llevar a cabo esta investigación es necesario realizar las siguientes actividades en los tiempos correspondientes:

- |   |        |
|---|--------|
| a) Determinar la población objetivo de la investigación | 1 día  |
| b) Diseñar el esquema de muestreo                       | 2 días |
| c) Diseñar el cuestionario piloto                       | 3 días |
| d) Aplicar el cuestionario piloto                       | 5 días |
| e) Diseñar el cuestionario definitivo                   | 2 días |
| f) Aplicar el cuestionario definitivo                   | 1 mes  |
| g) Tabular los resultados                               | 2 días |
| h) Elaborar informe                                     | 2 días |
| i) Presentar informe ante consejo                       | 1 día  |
| j) Tomar decisión                                       | 1 día  |

Con base en estas actividades, elabore una gráfica de Gantt, como la de la figura 3.5. En lugar de meses, anote semanas con fechas (utilice un calendario). Al elaborar su gráfica determine qué actividades se podrían llevar a cabo simultáneamente.

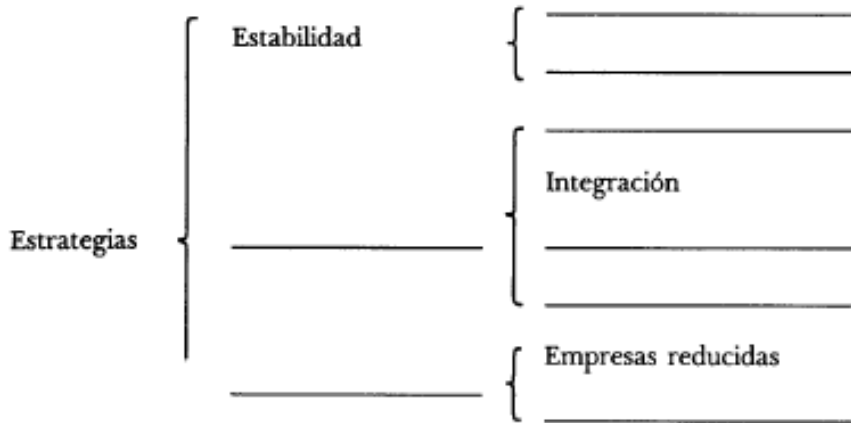
Para realizar esta investigación, el departamento de mercadotecnia considera que necesita los siguientes recursos: papelería, \$ 3000; tres investigadores de mercado por un mes, \$ 6000; y asesoría de un estadístico, \$ 4000. Los otros costos los puede absorber el departamento. Elabore el presupuesto correspondiente (llene los espacios que faltan).

**DULCES RICOS, S. A.**

Presupuesto de gastos de investigación de mercado.

|                          |          |
|--------------------------|----------|
| Sueldos y salarios       | \$ _____ |
| Gastos de papelería      | \$ _____ |
| Gastos de administración | \$ _____ |
| Total                    | \$ _____ |

Complete el siguiente cuadro sinóptico que presenta los tipos de estrategias.



Elabore una gráfica en donde aparezcan las etapas o los elementos del proceso de planeación

Existen ciertos factores que obstaculizan el proceso de planeación, los más comunes se enumeran a continuación. Anote un ejemplo de cada uno de éstos:

a) Una estrategia no realista

**Ejemplo:** \_\_\_\_\_

b) Objetivos y metas no medibles

**Ejemplo:** \_\_\_\_\_

c) Conflictos internos

**Ejemplo:** \_\_\_\_\_

d) Comunicación no efectiva

**Ejemplo:** \_\_\_\_\_

e) No considerar el entorno futuro

**Ejemplo:** \_\_\_\_\_

f) Ausencia de valores compartidos

**Ejemplo:** \_\_\_\_\_

Complete los siguientes enunciados.

Las estrategias de integración incrementan la eficiencia mediante la \_\_\_\_\_ que llevan a cabo otras empresas. Se realizan en tres sentidos: a) \_\_\_\_\_ cuando su objetivo es obtener un mayor control de los suministros. b) \_\_\_\_\_ cuando se efectúan alianzas estratégicas. c) \_\_\_\_\_ cuando se realizan los sistemas de distribución.

El propósito de las estrategias intensivas es \_\_\_\_\_; a través del desarrollo del producto se pretende \_\_\_\_\_.

Las estrategias de diversificación consisten en \_\_\_\_\_ y son de tres tipos: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_.

Anote en el paréntesis una "V" si la aseveración de la izquierda es verdadera o una "F" si es falsa.

- a) Un método detalla la forma exacta de ejecutar una actividad. ( )
  - b) Los presupuestos generan una visión más clara de los objetivos. ( )
  - c) Los objetivos son un instrumento de control. ( )
  - d) En un programa se establece el tiempo para lograr los objetivos, independientemente de la secuencia de las actividades. ( )
  - e) Las políticas implícitas las emiten por escrito los niveles superiores. ( )
  - f) Las políticas son mandatos precisos que se deben cumplir de manera estricta. ( )
  - g) La vigencia de las estrategias está íntimamente ligada a la del objetivo para el que fueron diseñadas. ( )
  - h) Un área clave de resultados es una actividad básica dentro de la empresa, que está íntimamente relacionada con su desarrollo. ( )
  - i) Las etapas para establecer estrategias son: determinación de cursos de acción, evaluación y selección de alternativas. ( )
  - j) Los objetivos muestran la dirección y el empleo general de los recursos para lograr las metas. ( )
  - k) Las dos características esenciales de los objetivos son que deben establecerse en un tiempo específico y determinarse en forma cuantitativa. ( )
  - l) Las premisas son supuestos acerca de las condiciones futuras o los factores que pueden afectar el desarrollo de un plan. ( )
- 
- m) La investigación en la planeación consiste en determinar todos los factores que influyen en el logro de los propósitos, así como los medios para conseguirlos. ( )
  - n) Los propósitos son las finalidades de tipo cualitativo o aspiraciones fundamentales que persigue en forma permanente o semipermanente la empresa. ( )
  - o) La planeación estratégica es la que determina planes específicos para cada uno de los departamentos de la empresa. ( )
  - p) El principio de factibilidad indica que es necesario basarse en cálculos, datos reales y precios al elaborar un plan. ( )

Relacione las columnas anotando en el paréntesis la letra correspondiente a la respuesta correcta.

- |                               |     |   |
|-------------------------------|-----|---|
| a) Razones financieras        | ( ) | Técnica de decisiones en la que los gerentes anotan sus opiniones en forma anónima.   |
| b) Tormenta de ideas          | ( ) | Diagrama en el que se presentan los acontecimientos y las probabilidades que influyen en una decisión.                              |
| c) SIM                        | ( ) | Se determinan las actividades críticas para realizar un proyecto.   |
| d) Tasa interna de retorno    | ( ) | Plano o modelo a escala en el que se miden las distancias, los recorridos y el trayecto de los trabajadores al realizar su trabajo. |
| e) Simplificación del trabajo | ( ) | Análisis exhaustivo del producto en relación con la competencia.  |
| f) Estado de resultados       | ( ) | Técnica que permite determinar la posición exacta entre ventas y utilidades en donde la empresa no gana ni pierde.                  |
| g) Estado de resultados       | ( ) | Utiliza el método simplex como procedimiento sistemático para resolver un problema.   |
| h) Diagrama de hilos          | ( ) |   |
| i) Estudio de métodos         | ( ) |   |
| j) Programación lineal        | ( ) |   |
| k) CPM                        | ( ) |   |
| l) Árboles de decisión        | ( ) |   |
| m) CAD-CAM                    |     |   |
| n) <i>Benchmarking</i>        |     |   |
| o) Punto de equilibrio        |     |   |