UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE INGENIERIA
EAP – INGENIERIA INFORMATICA

CURSO: Dirección de Empresas
Prof.: Ing. Carlos Quispe Atuncar
08.07.06

EXAMEN FINAL

CODIGO..... APELLID. Y NOMBRES.....

I. PARTE TEORICA (12 ptos.)

Responder si la afirmación es: Verdadera (V), falsa (F) o incierta (I). La calificación se realizará sólo en función de la explicación que ofrezca. Escoja 10 de las 12 preguntas. Se corregirán las 10 primeras.

1. La VISION es mas que una idea y menos que un diseño. Es un planteamiento que se hace una sola vez. Muestra un evidente rompimiento del modo de pensar del proceso actual.

2. El DISEÑO SOCIAL busca multiplicar el potencial humano con el fin de mejorar el rendimiento del proceso.

3. La tarea de "Diseñar incentivos" tiene como propósito reconocer las competencias del trabajador en la ejecución de las nuevas operaciones que se establecerán en la reingenieria de procesos.

4. Los problemas de administración son unidimensionales, es decir puede ser comercial, financiero, organizacional, de calidad, logistico, de operaciones, etc.

5. El "principio de comprensión mínima" establece que existe un mínimo de conocimientos teóricos, a partir del cual el ejecutivo es competente.

6. El gerente integral trata de resolver los problemas de la empresa, mientras que el gerente funcional se preocupa por resolver un área a expensas de otra.

7. Un negocio debe operar con miras exclusivamente a los intereses de los accionistas.

8. La estrategia tiene que basarse cada vez mas en nuevas definiciones de desempeño en términos financieros.

9. Si existe una única organización o estructura organizacional correcta.

10. La esfera o el ámbito de la administración es el interior de la organización.

11. El centro de una sociedad, economía y comunidad moderna es la tecnología, la información y la productividad.

12. Decimos que un producto es de calidad cuando tiene mejores elementos o materiales que la componen.

PARTE PRACTICA (8 PUNTOS)

CASO: Owens – Corning se pregunta: "¿Quién necesita gerentes?".

TIEMPO: **PARTE I** **40 minutos**
PARTE II **50 minutos**

NOTAS : Se entregarán el Miércoles 12 a las 10:00 Horas en la sala docente.

Owens-Corning se pregunta: "¿quién necesita gerentes?"

En marzo de 1994, la Owens-Corning Insulation Division se conectó con FAST (Field Automation Sales Team System), un sistema de automatización de la fuerza de ventas que termina con la burocracia y permite a los vendedores tomar más decisiones por su cuenta. Una computadora personal cuesta 5 000 dólares, y la capacitación en los sistemas portátiles costará más de 300 000. Pero a pesar del costo, FAST promete dar a los vendedores información que antes estaba disponible solamente para los gerentes de alto nivel y, al mismo tiempo, proporciona a los gerentes capacidad para supervisar las actividades de la fuerza de ventas más estrechamente que antes.

FAST contiene tres tipos de software: 1) herramientas genéricas, como procesamiento de textos, transmisión de faxes, etcétera, 2) información de producto, esto es, especificaciones para los clientes, información sobre precios, y 3) información sobre el cliente, como cuentas, historia de compras, productos solicitados, términos preferidos de pago. La actualización será casi automática al conectarse con las computadoras centrales de Owens-Corning a través de un módem.

En el extremo del gerente, FAST permite actualizar estadísticas de ventas y tendencias del mercado. Los gerentes sabén qué clientes compran qué productos, qué tan bien está funcionando una promoción y si un vendedor tiene problemas en un territorio determinado. Esta información da a los gerentes la capacidad de ver las cosas en el momento en que suceden y modificar tácticas y estrategias "en tiempo real".

Claramente, la tecnología de información está modificando los trabajos tanto del vendedor como de sus gerentes. Al proporcionar a sus empleados información amplia, FAST los faculta para actuar siguiendo sus propias iniciativas. Al mismo tiempo, la tecnología también incrementa el alcance del control del gerente, pues le permite supervisar el desempeño con mucha más eficacia. El efecto neto es que Owens-Corning cuenta ahora con solamente la mitad de los gerentes que tenía en 1986, ha eliminado una capa completa de gerentes senior y recortado constantemente al personal de confianza. En los días previos a la automatización, estos gerentes y personal de confianza se encargaban de las quejas de los clientes, atendían los pedidos problema y resolvían asuntos irritantes. En la actualidad, sistemas como FAST dan nuevas herramientas a las personas en el lugar en que necesitan actuar y así pueden convertirse en "gerentes verdaderos en sus propios negocios y territorios".

El mejoramiento de la tecnología de información, que incluye a computadoras portátiles, ha permitido que los empleados tengan acceso, fuera de la oficina, a más información y más a menudo. *(Gary Buss /FPG International)*

¿Existe algún aspecto negativo en la automatización de la fuerza de ventas? Por supuesto que sí. Otras empresas tales como PepsiCo, Johnson & Johnson y Procter & Gamble han utilizado sistemas semejantes, no siempre con mucho entusiasmo por parte del empleado. Hay quien considera que los informes electrónicos de llamadas, inherentes a los sistemas de automatización de la fuerza de ventas, originan un exceso de información administrativa trivial. Dado que los mejores empleados pasan bastante tiempo con sus clientes, aprenden mucho acerca de sus preferencias, intereses y demandas de compra. Gran parte de esta información valiosa permanece en su cabeza, por lo que los beneficios de capturar información constantemente en sus computadoras portátiles son muy pocos. Además, muchos vendedores están descontentos con la que denominan "policía de la automatización de la fuerza de ventas", gerentes que constantemente supervisan todas las actividades que realizan y que intimidan a los empleados a control remoto. Los gerentes de campo efectivos son los que crean un clima de confianza entre ellos y sus empleados, pero la supervisión electrónica amenaza con destruir esa confianza, y pone en riesgo las relaciones de calidad en el proceso. La obsesión por el control ha llegado a tales excesos que, a decir de algunos, el senador estadounidense Paul Simon ha elaborado una propuesta de ley respecto al derecho a la intimidad en el trabajo que regulará todos los aspectos de la conducta en los negocios. ¿Incluirá a los sistemas de automatización de la fuerza de ventas?

Preguntas

1. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de un sistema como el FAST para controlar a los vendedores?

2. ¿El sistema automatizado quita poder a los gerentes a medida que otorga facultades a los vendedores?

3. ¿Cómo juzgaría usted el control ejercido vía FAST con respecto al que se alcanza a través de la cultura de la empresa? ¿Hay conflicto entre ambos?

4. ¿Los gerentes tienen derecho a supervisar al detalle las actividades de la fuerza de ventas?

Fuentes: Tony Seideman, "Who Needs Managers?", en *Sales And Marketing Management*, junio de 1994, pp. 14-17; Jack Falvey, "On Guard", en *Sales and Marketing Management*, enero de 1994, p. 41; "Groupware for the Virtual Office", en *Network World*, 29 de agosto de 1994, p. 42. ●