



Nombre del alumno: Fabiola Briseida Camaras Alfonzo

Nombre del profesor: M.A.S.S Y M.E.F.C.D. Rocío Guadalupe Aguilar Avendaño

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Administración de la producción

Grado: 1°

Grupo: MAD0ISSCI020-A

OCOSINGO, CHIAPAS A 07 DE NOVIEMBRE DE 2020.

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION

La administración industrial tuvo sus inicios en Gran Bretaña a finales del siglo XVIII por Adam Smith, gracias a que el trabajo humano fue sustituido por la llegada de las máquinas de motor, la producción en masa y los transportes eficientes.

La etapa de la revolución industrial, se ve influenciada con los años, a lo que, surgen dos aportaciones: la división del trabajo (dividir el trabajo en subtareas) y la separación del trabajo intelectual (se refiere a la separación del trabajo manual del trabajo físico).

Dentro de la administración de la producción, Smith, llegó a la conclusión de que al dividir los trabajos en subtareas y especializar el trabajo de una sola tarea, elevaba la productividad, porque aumentaba las habilidades y destrezas de cada obrero, además de evitar el tiempo perdido.

La administración industrial, administración de producción o administración de operaciones, es reconocida con esta serie de nombres, haciendo referencia al área donde se generan los costos más altos, ya que, es en ella donde se lleva a cabo desde la concepción del producto, elección de la materia prima, sus sistemas de producción, maquinaria, etc. En esta área es donde se lleva a cabo los sistemas de producción industrial, son los distintos métodos que utiliza una compañía para transformar una materia prima hasta convertirla en el producto final que se va a comercializar mediante el uso de máquinas que permiten la rapidez y sistematización en la elaboración de dichos productos.

Según Klotler, los productos tangibles poseen cinco características: nivel de calidad, rasgos característicos, estilo, nombre de la marca y envase. Esto pretende que cada producto sea original y le da una identidad. Depende de las características de un producto, su crecimiento en el mercado, ya que, como empresa más que vender un producto, se pretende vender un beneficio. Esto con la finalidad de que nuestros clientes se sientan satisfechos y se conviertan en consumidores permanentes, a su vez, estos mismos, recomendarán los productos y la marca.



Para que una empresa tenga un amplio mercado y su producción sea cada vez mayor, tiene que ofrecer al mercado una gama de productos dentro de la misma categoría pero con diferentes características que puedan ser aceptadas por diferentes tipos de mercado. Por ejemplo: Colgate, es una marca reconocida, que lanzó al mercado una pasta dental, sin embargo, para su crecimiento, se vio en la necesidad de crear nuevos productos como son: pastas dentales para encías sensibles, otra pasta para blanquear los dientes, pastas dentales para niños pastas que ofrecen muchos beneficios en una sola, sin embargo, su industria no se quedó allí y con el tiempo introdujo al mercado una serie de enjuagues bucales, cepillos de diferentes modelos, entre otros productos de higiene bucal.

Lo anterior, es un claro ejemplo de que, si una empresa ofrece productos variados, es asegurar la amplitud y expansión en el mercado, porque nos asegura llegar muchos tipos de consumidores con gustos o necesidades diferentes. Así mismo, cada producto tiene su ciclo de vida.

Cuando una empresa saca al mercado un producto nuevo, inicia su ciclo de vida, esto empieza con la introducción, durante este periodo, las empresas no obtienen muchas utilidades, porque es un producto nuevo; en la etapa del crecimiento las ventas incrementan rápidamente porque el producto ya se distribuyó y tuvo mayor alcance que al principio. En la etapa de madurez, el empresario se dedica principalmente a mantener los puntos de venta logrados, de igual forma, desarrolla estrategias para diferenciar su producto de la competencia; La última etapa es el declive, en ella da fin el ciclo de vida de un producto, sin embargo, en este momento es donde el empresario y la empresa deben rediseñar su producto o tomar la decisión de sacarlo del mercado.

El proceso productivo es la transformación de los productos o servicios con el fin de lograr la satisfacción y cubrir las necesidades del cliente. Existen tres fases del proceso de producción, las cuales son: ETAPA ANALÍTICA O ACOPIO, es donde se reúne la mayor cantidad posible de materia prima al menor costo; ETAPA DE SÍNTESIS O PRODUCCION, es el proceso donde se lleva a cabo la conversión de materias primas



en producto real y tangible; ETAPA DE ACONDICIONAMIENTO O PROCESAMIENTO, se lleva a cabo la adecuación del producto de acuerdo a las necesidades del cliente, se realiza la adaptación para que el producto cumpla con las expectativas. En esta etapa final, cuando el producto ya se ha entregado al cliente, se tiene que evaluar si el producto cumple con la satisfacción mediante una retroalimentación al proceso y mejoramiento del mismo en caso de requerirlo.

La producción industrial, cuenta con características específicas, que son: PRODUCCIÓN POR LOTES (cuenta con mano de obra estándar y lanza al mercado una cantidad limitada de productos); PRODUCCION EN MASA (tareas automatizadas que permiten alcanzar un mayor volumen de productos, utilizando menor mano de obra calificados); PRODUCCION POR TRABAJO (se elabora en un solo producto a la vez, ya que esta producción es bajo pedido, por lo tanto requiere un uso intensivo de mano de obra); PRODUCCION DE FLUJO CONTINUO (se realizan muchos miles de productos idénticos y la producción es continua las 24 horas del día y los 7 días a la semana).

Es importante mencionar que para lograr una producción de flujo continuo, con jornadas interminables de producción, no fuera posible sin la utilización de las tecnologías, mismas que, es necesario implementar, ya no como un lujo, si no como una necesidad para estar a la vanguardia de la actualidad. También, con el objetivo de sistematizar los procesos.

El uso de las tecnologías para el sistema de producción se dividen en tecnología FIJA (solamente tiene un propósito, no se puede implementar en ninguna otra tarea); FLEXIBLE (es una tecnología que puede utilizarse en muchas áreas); BLANDA (se refiere a una tecnología que no es tangible, tales como, programas o sistemas); DURA (es tangible, es el conjunto de conocimientos técnicos que se aplican para generar maquinaria, materiales y demás productos); PRODUCTO (conjunto de conocimientos y experiencias que permiten conocer la estructura y características del producto);



LIMPIA (esta tecnología no produce modificaciones en el medio ambiente, por lo tanto, no afecta al medio ambiente).

Como conclusión a estos puntos abordados, cabe destacar la importancia de la división del trabajo como estrategia para hacer al obrero experto en el área en la que desempeña un proceso de producción. Como resultado de dichos procesos de producción se obtiene un producto, el cual, tiene un ciclo de vida en el mercado, el cual depende de la empresa el impulso que este tenga, ya que, como empresa, tiene que asegurarse de que ese producto final satisfaga la necesidad de los consumidores y más que vender un producto, se pueda brindar un beneficio.

La implementación de tecnologías es ahora necesario en la existencia de una empresa, no solo para estar a la vanguardia ni como un lujo, si no como una herramienta que permitirá sistematizar y agilizar los procesos de producción.

