

GUIA PEDAGOGICA N° 6

Nivel: ADULTOS

Escuela: CENS N° 249 “CESAR H. GERRERO”

Docente: UTRERA, VIVIANA

Curso: 3° AÑO 1 Y 2 EDUCACIÓN DE ADULTOS

Turno: NOCHE

Área Curricular: TEORIA Y TÉCNICA DE LAS ORGANIZACIONES

CUE: 7000056-00

CONTENIDOS

- La organización: Ambiente Externo.

OBJETIVOS

- Descubrir el valor de las organizaciones como disposiciones sociales significativas, desde donde el hombre se desenvuelve cotidianamente y se configura como persona construyendo, obrando, disponiendo y operando desde diferentes posicionamientos.

CAPACIDADES A DESARROLLAR

- INTERPRETAR en ambiente.
- ANALIZAR la información.

CONTENIDOS:

- Concepto de Ambiente.
- Ambiente Externo: Clientes. Estado. Competencia. Proveedores. Sindicatos. Tecnología. Entidades Financieras. Globalización.

Las **organizaciones**, en tanto que sistemas abiertos, necesitan recibir recursos del exterior y devolverlos convertidos en productos o servicios. Las **organizaciones**, en tanto que sistemas abiertos, necesitan recibir recursos del exterior y devolverlos convertidos en productos o servicios.

AMBIENTE EXTERNO:

El **ambiente externo** se refiere a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que pueden influir en su desempeño.

Las variables de la empresa que actúan sobre el entorno son múltiples y en varias ocasiones difíciles de prever. Dado que **los altos mandos toman decisiones** en su

actividad normal que influyen sobre el futuro de la empresa, deben procurar comprender lo mejor posible los factores más influyentes y su evolución.

Clientes:

También se les conoce como compradores, son personas o empresas que adquieren los bienes o servicios que ofrece la organización, se consideran en algunas empresas como la variable más importante ya que sin ellos no habría ventas. Es muy importante tratar de influir en los clientes a través del mercadeo y la divulgación de la información, así como buscar una relación estable con ellos y conocer los cambios en sus preferencias para ofrecerles lo que desean, así no acudirán a los competidores.

Las empresas con gran presencia en el mercado acuden a herramientas como las investigaciones de mercado para estudiar a sus clientes actuales y detectar clientes potenciales, con el fin de mantener o ampliar el nivel de ventas que permitan el crecimiento.

Proveedores:

Toda organización compra insumos, ya sea materia prima, servicios, energía, equipo o mano de obra y todo esto lo utiliza para elaborar sus productos o en su caso servicios. Lo que la organización adquiera e introduzca al proceso determina la calidad y precio de su producto final.)

Los proveedores son todas aquellas organizaciones o personas que suministran los insumos necesarios para que una empresa produzca su bien o servicio. Estos insumos o recursos adquiridos, como ya se mencionó, afectan de manera directa la calidad, costo y plazo de entrega para cualquier bien o servicio.

Es importante mantener una buena relación con los proveedores ya que de ellos depende, en cierta parte, la calidad del producto o servicio de la organización y es menos probable que tenga un fallo si la relación empresa – proveedor es estable.

Competencia

Son todas aquellas organizaciones que producen y comercializan bienes o servicios que buscan satisfacer las mismas necesidades del consumidor.

Los competidores se pueden presentar en dos formas principalmente, se explican brevemente con un ejemplo.

- La primera es la organización que produce o fabrica bienes o servicios similares a los de tu empresa. Por ejemplo, citando a las empresas de Coca Cola y Pepsi, son empresas dedicadas a producir una bebida similar y compiten por un mismo mercado.
- Y las organizaciones distintas que pueden influir en los intereses del cliente para modificar sus intenciones de compra. Un ejemplo pueden ser las nuevas Tabletas que actualmente ya son una amenaza seria para empresas como Toshiba o HP dedicadas a la producción de Computadoras Portátiles.

La competencia desencadena una forma diferente de hacer negocios y de abordar el mercado, es importante que la empresa tenga una estrategia fuerte para saber cómo

afontarla y siempre estar a la vanguardia de las nuevas herramientas mercadológicas para estar al tanto de los gustos de los clientes.

Estado:

El estado que se encargan de controlar, legislar e influyen en las políticas de las organizaciones y otros aspectos. Estas dependencias gubernamentales creadas para proteger al público de ciertas prácticas comerciales o a unas organizaciones de otras.

Sindicatos:

Son uniones de trabajadores que tienen una influencia importante en las organizaciones, tienen como propósito proteger su área de trabajo y a los trabajadores.

Tecnología:

Comprende el nivel de los avances científicos y tecnológicos en la sociedad, incluyendo la base física (plantas, equipo, servicios) y la base tecnológica de conocimientos.

Los cambios tecnológicos suelen darse directamente en los productos o en los procesos de producción.

Los cambios tecnológicos en los productos son todas aquellas modificaciones que sufre un producto directamente para obtener nuevas características y capacidades, se tienen productos existentes exitosos o productos nuevos.

Globalización:

Es un fenómeno de carácter internacional: su acción consiste principalmente en lograr una penetración mundial de capitales (financieros, comerciales e industriales), ha permitido que la economía mundial (mecanismos que la integran: el comercio, la producción, y las finanzas).

Entidad Financiera:

Es un intermediario del mercado financiero. Las entidades financieras pueden ser bancos, cajas de ahorros o cooperativas de crédito, es decir, intermediarios que administran y prestan dinero; o empresas financieras, un tipo distinto de intermediarios financieros que, sin ser bancos, ofrecen préstamos o facilidades de financiamiento en dinero.

ACTIVIDADES:

1-Leer los conceptos.

2-Realiza un esquema con los componentes del ambiente externo.

DIRECTORA: MARÍA VERÓNICA ARREDONDO

