

C.E.N.S. 210 3ERO 1RA DIVISION GUIA NRO 2
“COMERCIALIZACION Y MERCADO”

CARTA A LA COMUNIDAD EDUCATIVA DE SAN JUAN

Querida Comunidad Educativa, hoy la población sanjuanina, como la del mundo entero, está transitando una situación compleja y desconocida, totalmente impensada, provocada por la denominada *pandemia de Coronavirus COVID-19*. Situación que ha generado cambios abruptos y profundos en el desarrollo de nuestras vidas.

El aislamiento social y obligatorio, modificó no sólo nuestras conductas y actividades sociales, sino también produjo la pérdida de espacios personales, entre otros hechos, que nos inspiró de algún modo, a reactivar y poner en marcha comportamientos positivos, apelando a la creatividad y originalidad para la reorganización más saludable posible de las rutinas diarias.

En este sentido, *se produjo también un sensible e importante cambio en la educación de nuestros hijos*, quienes a partir de un Decreto Nacional que dispone la suspensión de las clases en todo el país, nuestro hogar, el espacio de convivencia natural de las familias, pasa a ser el escenario principal, esencial de la continuidad de las trayectorias educativas de niños/as, adolescentes, jóvenes y adultos.

Esto implicó e implica un desafío para el Ministerio de Educación y para la comunidad educativa sanjuanina toda, quienes pusimos en práctica por primera vez y de modo muy acelerado, un modelo de acompañamiento pedagógico, impregnado de herramientas tecnológicas, tal vez impensadas para muchos adultos que se desempeñan en el ámbito educativo y para muchos padres, que hasta ahora tenían un rol diferente en el proceso educativo de sus hijos.

En tan sólo horas fuimos capaces, Supervisores, Directores, Docentes y Familias, de poner en marcha la implementación del sitio ***Nuestra Aula en Línea***, activando todos los recursos del Estado para hacer llegar al hogar de cada uno de los estudiantes, guías pedagógicas con aproximaciones pedagógicas, diseñada por docentes y supervisadas por Directivos y Supervisores. Estas guías se distribuyeron en formato digital para aquellos que tienen acceso a la conectividad, y en formato papel, para aquellos que les resulta más complejo acceder a

**C.E.N.S. 210 3ERO 1RA DIVISION GUIA NRO 2
“COMERCIALIZACION Y MERCADO”**

la plataforma virtual.

En este escenario, y tomando el pulso a las necesidades de la comunidad, propusimos implementar otro espacio denominado ***Nos Cuidemos Entre Todos***, el cual ofrece recursos de orientación, asesoramiento y contención emocional a las familias, sobre cómo organizarse en casa, pautas de organización familiar para la tarea escolar de los estudiantes, protocolos y otros recursos de utilidad para esta etapa del aislamiento social.

Posteriormente se sumaron los espacios ofrecidos por ***“Infinito por Descubrir”***, lo ***“Nuevo de San Juan y Yo”***, ***“Matemática para Primaria”***, ***“Fundación Bataller”*** con sus aportes de *Historia y Geografía*, y todos los recursos educativos que se suman día a día en nuestra jurisdicción.

Conscientes de esta nueva etapa del aislamiento social por la que transitamos todos, el Ministerio de Educación pone a disposición de Supervisores, Directores, Docentes, Padres y Estudiantes, los siguientes contactos, para todo tipo de consultas e inquietudes personales, de índole psicológico, psicopedagógico, social, académico, lúdico o abierto a cualquier situación compleja que lo amerite, como así también sobre dudas o dificultades sobre *guías pedagógicas*.

Consultas: educacionsanjuanteguiayorienta@gmail.com / 4305840 - 4305706

POR TODO LO TRANSITADO Y LO QUE QUEDA POR RECORRER, POR LOS ESFUERZOS, POR LA COLABORACION Y EL ACOMPAÑAMIENTO PERMANENTE, LES AGRADECEMOS INFINITAMENTE.

Educación te sigue acompañando.

C.E.N.S. 210 3ERO 1RA DIVISION GUIA NRO 2
“COMERCIALIZACION Y MERCADO”

C.E.N.S. NRO 210 Curso: 3er Ciclo 2da División

Docente: Antonio Plaza

Turno: Noche

Guía:2

FORMACION Y PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA ANALISIS FODA

Antes de plantear la matriz de análisis FODA, nos enfocaremos en el surgimiento de toda empresa y sus pasos.

- En primer termino la Idea Inicial
- Estudio de Factibilidades: Estudio de mercado Proceso productivo, Análisis económico_ financiero.
- Viabilidad (Toma de Decisión, Abandona la idea o la modifica).
- Proceso de organización Tramites: Impositivos, Jurídicos, Legales.
- Constitución de la Empresa: Unipersonal o Societaria.
- Inicio de Actividad.
- Seguimiento.

_ La Idea: Es en torno a como se desarrollara el negocio o empresa. Es decir que será la idea, la generadora de un proyecto.

_ El estudio de Factibilidad o Evolución: Tiene como finalidad comprobar que la empresa se podrá llevar a cabo, para ello debe realizar los siguientes pasos:

- a) El estudio de mercado: este permite conocer la competencia y los potenciales consumidores o clientes del producto o servicio que se ofrece (permite segmentar el mercado).
- b) El estudio y elección del proceso productivo: Esta elección permite conocer cuales serán los costos en los que se debe incurrir para llevarlo a cabo.
- c) El análisis de aspectos Económico_ Financiero: Permite analizar la inversión inicial, costo de funcionamiento y la estimación de las posibles ganancias.

_ Proceso de Organización: Consiste en desarrollar una estructura formal, que permite aprovechar los medios y recursos disponibles orientados hacia el logro de los objetivos propuestos.

C.E.N.S. 210 3ERO 1RA DIVISION GUIA NRO 2 “COMERCIALIZACION Y MERCADO”

– Constitución de la Empresa: A partir de este momento la empresa esta en condiciones de constituirse como tal, eligiendo para ello una forma societaria, u optando por ser unipersonal, en caso de tratarse de un único dueño.

Factores que condicionan a la Empresa

Existen fuerzas que pueden condicionar o afectar el funcionamiento de la empresa, entre las que podemos mencionar:

- El Gobierno: Tiene la facultad de publicar normativas que pueden perjudicar o favorecer a la empresa, por ejemplo generando impuesto o interviniendo el mercado con medidas de política económica.
- El sistema económico: Este es uno de los factores que puede afectar a la empresa de muchas maneras, por ejemplo el índice de desempleo influye no solo en la demanda de productos, sino también en la disponibilidad de la mano de obra, el índice de inflación que actúa en la fijación de precios, la oferta de dinero que lleva adelante el Banco Central que influye en la capacidad de obtener dinero y el costo del mismo (tasa de interés).
- El Mercado: Otro de los factores considerados uno de los mas importantes, ya que en este lugar se encuentra la competencia y su observación permite analizar distintos aspectos: los productos o servicios nuevos que se están ofreciendo, los precios que los consumidores están dispuestos a pagar, los cambios en sus preferencias y los competidores que ingresan y abandonan el mercado.
- Los Proveedores: Se considera un factor condicionante porque es el que abastece de materia prima y bienes de capital que necesita la empresa para desarrollar su actividad, por lo tanto es importante observar los cambios que se pueden producir con respecto a los plazos de entrega, precios, nuevos proveedores.
- La actitud y cambios de los consumidores: Algunas actitudes de los consumidores condicionan a las empresas, como por ejemplo valores que se asignaban a ciertos productos, van modificándose con el tiempo, cambios en los gustos y preferencias etc.

Proceso de Gestión y Control en una empresa en funcionamiento

– **El proceso de Gestión** se concibe como un proceso de integración, por medio del cual personas autorizadas crean, mantienen y formalizan el desarrollo de una organización, a través de acciones que se realizan y se combinan en la marcha hacia el logro de los fines, objetivos y metas previamente formuladas.

C.E.N.S. 210 3ERO 1RA DIVISION GUIA NRO 2 “COMERCIALIZACION Y MERCADO”

_ **El proceso de Control** por el contrario cierra el proceso de gestión, evaluando las actividades planificadas con los objetivos o metas propuestas, aplicando medidas de corrección o ajustes, renovando continuamente la dinámica de dicha gestión.

De lo expuesto mas arriba surge que en las primeras etapas del desarrollo de las empresas, su proceso de gestión es funcional, es decir que los directores están por debajo de sus cargos, ocupándose de todo el proceso, mientras que si la empresa camina hacia el crecimiento deja de ser funcional, transformándose en descentralizada, con delegación de tareas. Existiendo una segunda etapa que consiste en la incorporación de personas con conocimientos y motivaciones suficientes como para generar éxitos en su tarea y en la empresa. Por ultimo se tiene que formular la política que ayude a establecer la conexión con los objetivos de la empresa, es decir a donde se quiere llegar, de que manera y cuando.

Algunas políticas pueden implementarse de manera mas rápida por ejemplo la toma de mano de obra calificada, en cambio hay otras que requieren mas tiempo como por ejemplo trabajos de investigación y desarrollo.

El proceso de control de gestión se ocupa de comparar los resultados reales con los planificados y la toma de medidas necesarias para corregir desviaciones importante respecto del plan.

Con el fin de desarrollar un proceso constante de gestión y control, se puede utilizar una técnica sencilla que permite analizar la situación, estructura inclusive personas de una organización, la cual permite tomar decisiones para superar situaciones (errores) en el futuro. Dicha técnica de análisis se denomina **FODA**.

Análisis FODA

La técnica de desarrollo FODA esta considerada como una técnica de planificación estratégica, que permite conocer el entorno o elementos que están alrededor y condicionan a la organización, estructura o personas que se analizan. Cuando se implementa un análisis FODA dentro de una organización tiene como fin reconocer, los componentes internos y externos que afectan tanto de manera positiva como negativa a la organización como un todo, y que pueden ayudar también para definir como los elementos pueden facilitar o retrasar el cumplimiento de las metas preestablecidas.

El término FODA, es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras: **Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas** en ingles SWOT.

De estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización (empresa), por lo que es posible actuar directamente sobre ellas (empresario). En cambio

C.E.N.S. 210 3ERO 1RA DIVISION GUIA NRO 2
“COMERCIALIZACION Y MERCADO”

las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Esta técnica es utilizada por los niveles jerárquicos de la organización, para reunir información a efectos de establecer Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) de la situación que se esta analizando.

No obstante puede ser usada por todos los niveles de la organización y en diferentes áreas tales como producción, recursos humanos, comercialización y finanzas.

Se puede representar a través de una Matriz de doble entrada, en la que el nivel horizontal se analizan los factores positivos y negativos, y en la lectura vertical, se analizan los factores internos y por tanto controlables del proyecto y los factores externos considerados no controlables.

MATRIZ FODA

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
<ul style="list-style-type: none">• Fortalezas (+)	<ul style="list-style-type: none">• Oportunidades (+)
<ul style="list-style-type: none">• Debilidades (-)	<ul style="list-style-type: none">• Amenazas (-)
FACTORES CONTROLABLES	FACTORES NO CONTROLABLES

Entro del ámbito interno encontramos Fortalezas como los factores que benefician a la organización, y las Debilidades s decir aquellas que perjudican potencialmente a la empresa.

Las FORTALEZAS: Son los elementos que caracterizan a la empresa que la diferencian en forma positiva al compararse con otras, y que potencian su posibilidad de crecimiento y desarrollo como ejemplos de fortalezas podemos citar: *Objetivos claros y realizables, constitución adecuada, capacitación obtenida, motivación, seguridad, equipamiento tecnológico, adecuada infraestructura.*

Las DEBILIDADES: Son todas aquellas actividades que se realizan con bajo grado de eficiencia, es decir falencias sobre las que hay que actuar rápidamente para no lamentar consecuencias, son considerados factores negativos internos de la organización, teniendo en cuenta que ellas pueden ser la puerta de entrada de las amenazas. Como ejemplos de debilidades podemos citar: *Carencia de objetivos, falta de motivación, mal manejo de recursos materiales y humanos, desorden, falta de capacitación del personal.*

C.E.N.S. 210 3ERO 1RA DIVISION GUIA NRO 2 “COMERCIALIZACION Y MERCADO”

Cuando se analiza la situación externa o contexto de la organización, se hace referencia al ambiente que la afecta, y los factores a tener en cuenta son Oportunidades y Amenazas.

Las OPORTUNIDADES: Son todos aquellos hechos del medio ambiente externo que de presentarse facilitarían el logro de los objetivos. Pueden ser de tipo social, económico, político, tecnológico etc. En algunos casos solo podrán ser aprovechadas si la empresa cuenta con fortalezas para ello, algunos ejemplos son: *Ofertas de capacitación, nuevas tecnologías, competencia debilitada, medidas económicas favorables que promuevan la producción y el consumo, cercanía y buen abastecimiento de los proveedores entre otros.*

Las AMENAZAS: Son aquellos aspectos del ambiente externo que pueden llegar a constituir un peligro para el logro de los objetivos. Están compuestas por condiciones duras que pueden afectar a la empresa hasta el caso extremo de su desaparición, entre las amenazas podemos encontrar: LA competencia con mayor poder financiero y económico que tenga la posibilidad de apoderarse de los clientes, falta de aceptación por parte de los clientes de nuestros productos o servicios, medidas desfavorables a nivel entre otras.

Finalidad del Análisis FODA

El fin de la confección de este tipo de análisis consiste en:

- Relevar información certera para tomar decisiones.
- Obtener datos para fijar metas (objetivos) realizables.
- Reconocer los recursos propios y los que puede obtener del exterior
- Conocer las ventajas y desventajas de las distintas alternativas.
- Determinar el marco para definir prioridades.

A las personas que llevan a cabo este análisis les permite.

- Capacitarse para el desarrollo y el manejo y la transformación de la información
- Desarrollar un pensamiento experto, crítico y creativo para formular propuestas y su evaluación.
- Ejercitarse en habilidades analíticas y creativas de pensamiento.

**C.E.N.S. 210 3ERO 1RA DIVISION GUIA NRO 2
“COMERCIALIZACION Y MERCADO”**

Actividades:

- En la próxima guía se desarrollara la actividad aplicación del análisis FODA, con la ejercitación propiamente dicha.
- **Primer consigna:** Leer detenidamente el material teórico para el desarrollo de las actividades.

Actividad 1:

Determinar si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas. Justificar en todos los casos.

- a) Luego del estudio de factibilidad se debe comenzar a constituir la empresa.....
- b) El factor sistema económico consiste en normas que emanan del gobierno.....
- c) La Matriz FODA muestra factores controlables y no controlables manejados en el ámbito interno de la misma.....
- d) Las oportunidades del mercado solo se reducen a ventajas que el gobierno le brinda al empresario.....

Actividad 2:

Responder estas preguntas:

- a) ¿Como se define el análisis FODA?
- b) Explique los pasos para la creación de una empresa-
- c) Explique cuales son los factores que condicionan a una empresa.
- d) ¿Como se define el proceso de Gestión y Control? Explique

Directora: Profesora Adriana SIMONE

**C.E.N.S. 210 3ERO 1RA DIVISION GUIA NRO 2
"COMERCIALIZACION Y MERCADO"**