

EPET N° 5

Bonduel Marcos/ Mercado Leonardo

6° 1° - Turno Tarde - FTE

Gestión Organizacional en el Aprovechamiento de las energías renovables

Tema: Las organizaciones (UNIDAD N°1)

Actividades:

1) Lea el libro “Tecnologías de Gestión” de Hector Fainstein; desde la página 10 a página 14.

2) Diferencie los conceptos sobre las organizaciones brindados por J. ADER y P. Drucker

3) Brinde 3 ejemplos de organizaciones relacionadas con las energías renovables, y por cada una:

➤ Señale cuáles son sus características.

➤ Distinga los elementos que pueden intervenir en el desarrollo de sus actividades (puede tomar como ejemplo el cuadro de la pág. 13)

➤ Indique si se trata de una organización con fines de lucro o sin fines de lucro.

Observaciones:

- Las tareas deberán realizarlas en el cuaderno de la materia.
- Al retomar las clases, estas actividades serán evaluadas oralmente

¿QUÉ ES UNA ORGANIZACIÓN?

Microsoft, Coca-Cola, Universidad de Buenos Aires, Club Deportivo Musimundo, Asociación Barrial, Ministerio de Economía: cada una de estas palabras puede ser asociada con organizaciones distintas por cada persona.

Así como hay distintos tipos de organizaciones en la práctica, hay también varias definiciones del concepto organización. A continuación veremos dos de ellas: la primera es de J. Ader, que define la organización como:

"[...] un sistema social compuesto por individuos o grupos de individuos que, mediante la utilización de recursos, desarrollan un sistema de actividades interrelacionadas y coordinadas para el logro de un objetivo común, dentro de un contexto con el que establecen una influencia recíproca".

Un *sistema social* es un conjunto de individuos (gente) que se relacionan entre sí.

Utilizan recursos se refiere a que se valen de medios materiales (capital, materias primas, maquinarias, inmuebles, etcétera) y humanos. Con el solo hecho de agruparse no alcanza para ser una organización, sino que se deben procurar estos medios como requisito para alcanzar objetivos.

A su vez, que las actividades estén *coordinadas* significa que éstas se desarrollan dentro de un orden armónico, lógico, previsible, revisable y, por ende, corregible.

Por último, *el contexto* es el medio ambiente externo a la organización que influye en su funcionamiento y a la vez es influido por ella.

Se puede analizar esta definición desde tres perspectivas, que van de lo general a lo particular.

La primera perspectiva se refiere a la *naturaleza social de las organizaciones*: quiere decir que los objetivos que se persiguen desde éstas requieren de una agrupación. Sugiere que en conjunto se puede llegar más lejos que solo, y que una forma de lograrlo es a través de la conformación de organizaciones.

Esta necesidad de agruparse es estudiada, asimismo, desde disciplinas tales como la sociología y la psicología, la psicología social y la administración*.

Una segunda perspectiva permite pensar a las organizaciones desde la modalidad de *coordinar acciones de trabajo* –a la cual denominaremos “organización del trabajo”– que refiere al momento previo al trabajo, al de su realización y su posterior control. Es la forma que una persona percibe cuando entra a una empresa a comprar, por ejemplo, un televisor y puede observar que la modalidad en que está organizada difiere de otra, aun cuando sean del mismo rubro.

Cuando se advierte la necesidad de coordinar acciones de trabajo (segun-

Según la primera definición, ¿cuáles son las características de la universidad como organización?

Administración

Disciplina que se ocupa de la gestión de las organizaciones.

© Alina Grupo Editor. Prohibida su reproducción.

da perspectiva) es necesario asignar funciones y tareas a los miembros de la organización, estableciendo normas que regulen su accionar (tercera perspectiva). A esta forma la denominaremos "organización funcional". Por ejemplo, en un restaurante están los grupos que trabajan en la cocina, los que atienden al público en el salón, los que cobran en la caja, los que limpian, etcétera. Esta forma se denomina "funcional".

Peter Drucker, uno de los pensadores contemporáneos más importantes en temas de administración, define la organización como:

"[...] un grupo humano, compuesto por especialistas que trabajan juntos en una tarea común. A diferencia de sociedad, comunidad o familia [...] una organización está diseñada a propósito y no se basa ni en la naturaleza psicológica del hombre ni en su necesidad biológica. No obstante, y en tanto creación humana, está pensada para que dure, tal vez no eternamente, pero sí durante un periodo considerable".

Drucker aporta los conceptos de *propósitos* y *saberes* como elementos distintivos a fin de que una organización sea productiva y eficaz.

En cuanto a los propósitos, señala que es el hombre quien desea crear una determinada organización. No surge de la casualidad sino de la "causalidad". Es decir que la intención de crear una organización para alcanzar fines, es una "causa", justamente, de su creación.

Como la organización se desarrolla en un tiempo considerable, dichos propósitos son mantenidos, revisados y renovados por sus miembros en el transcurso de ese tiempo.

En cuanto a los saberes, Drucker señala que el grupo humano está formado por especialistas. No cualquiera puede formar parte de determinada organización, sino que para cada tipo de organización se requiere un perfil que abarque condiciones personales y también determinados conocimientos y experiencias.

Esto también caracterizará y diferenciará a la organización, es decir que para un estudio contable se requerirán contadores y/o estudiantes de ciencias económicas; para un hospital, médicos y enfermeras; para una empresa transportista, choferes, etcétera.

En síntesis, son ricas y diversas las definiciones sobre las organizaciones. En general, todas toman en cuenta al grupo humano, la coordinación de tareas y el logro de objetivos.

Es importante resaltar el valor de los aportes de los diversos autores que han investigado y escrito acerca de este tema pues nos acercan al conocimiento de sus características más salientes y nos ayudan a comprender su

¿Cuáles son las tareas principales que se observan en un negocio del tipo de McDonald's o Burger King? ¿Qué hace cada uno de los empleados? ¿Todos hacen lo mismo? ¿Por qué? ¿Qué saberes o habilidades necesitan tener cada uno de ellos?

gestión. Pero ¿podemos hallar una definición única y universal de lo que es una organización? Después de ver las características, elementos y tipos de organizaciones trataremos de aproximarnos a una respuesta.

CARACTERÍSTICAS DE LAS ORGANIZACIONES

La mayoría de las organizaciones tienen características en común:

- dan trabajo y generan empleo;
- crean y satisfacen necesidades;
- crean y elaboran productos o servicios;
- producen y transmiten tecnología;
- crean, transmiten y reciben manifestaciones de la cultura;
- distribuyen y redistribuyen recursos;
- generan, poseen y transmiten poder;
- son medios para crear, conservar, transmitir y modificar el conocimiento;
- son indicadores de la sociedad actual;
- crean símbolos, imagen y prestigio;
- posibilitan alcanzar objetivos generales y particulares;
- permiten las vinculaciones entre individuos y grupos, los que constantemente interactúan entre sí;
- son espacios de desarrollo personal y profesional.

Las características señaladas, que son sólo las más significativas, indican la importancia de las organizaciones en el contexto social y económico de principios del siglo XXI. Estas características han ido variando, acompañando los cambios socioeconómicos y a la vez influyendo sobre ellos.



Los canales de televisión son organizaciones que dan trabajo a una gran cantidad de personas.

¿Qué conocimientos tienen sus integrantes de acuerdo con la tarea que desempeñan (técnica, gerencial, artística, administrativa, etcétera)?

¿Cuáles son las necesidades que estas empresas crean en el público y cuáles las que satisfacen?

¿Por qué son indicadores de la sociedad actual?

¿Se puede decir que poseen poder?

¿Por qué?

ELEME

Los ele
nizacione
Se pue

Eleme
Recurr
human

Rec
mat

© Alque Grupo Editor. Prohibida su reproducción.

ELEMENTOS DE LAS ORGANIZACIONES

Los elementos son los recursos con que cuentan y que necesitan las organizaciones para desarrollar sus actividades y lograr sus fines.

Se pueden agrupar en seis categorías, según el siguiente cuadro.

Elemento	Características	Ejemplos
Recursos humanos	Es la gente que forma parte, de manera permanente o transitoria, de la organización.	El personal de la organización, ya sea en el nivel operativo, medio o directivo. Los dueños, socios o accionistas, según la forma jurídica que la organización adopte. Los miembros no permanentes (pasantes, personal temporario, etcétera).
Recursos materiales	Son los medios necesarios para ser utilizados en los procesos de producción de bienes o servicios de la organización.	Materias primas, o sea, aquello que ha de salir transformado en productos. Inmuebles, edificios e instalaciones en los que la labor se realiza. Maquinarias, que multiplican la capacidad del trabajo humano. Muebles, útiles, herramientas, vehículos, computadoras, etcétera. Dinero, acciones, bonos, títulos, y demás recursos financieros.
Recursos naturales y energéticos	Son recursos de los que, por lo general, la organización no es propietaria, pero debe disponer a cambio de un precio para desarrollar sus actividades.	El agua, el aire, la luz solar, la energía en todas sus manifestaciones (eléctrica, hidráulica, solar, nuclear, eólica, etcétera) y los combustibles.
Ideas, conocimiento e información	Recursos originados por el intelecto del hombre y el avance científico y tecnológico, clave para el desarrollo y evolución de las organizaciones. Permiten la reducción de la incertidumbre, por lo que posibilitan la toma de decisiones.	Balances, planes de negocios, patentes, planos, actas de reuniones, archivos, informes de mercado, etcétera.
Recursos tecnológicos	La tecnología convierte el comportamiento espontáneo e irreflexivo en comportamiento deliberado y racionalizado.	Métodos, técnicas y procedimientos para la investigación, producción y comercialización; planificación, control, decisiones e información, que usan quienes administran las organizaciones (computadora, microscopio electrónico, robótica, programas de contabilidad y gestión, etcétera).
Nombre, prestigio, símbolos, marcas	No constituyen elementos tangibles, pero tienen un valor que puede medirse en términos económicos. Sirven para identificar a las organizaciones en el mercado, y les otorgan una identidad y perfil, con el que el mercado y el medio ambiente externo reconoce y distingue respecto de otras organizaciones.	Nike o Topper; Fiat o Renault; Coca o Pepsi; Canal 13 o Canal 7; Vivere o Comfort. Además: "Just do it"; "La tele"; "Calidad, servicio y limpieza"; "Es sentir de verdad"; "Suavecito, suavecito"; etcétera.

Elijan una empresa conocida y realicen una lista con los elementos que necesita para desarrollar sus actividades.

TIPOS DE ORGANIZACIONES

Existen numerosas clasificaciones de organizaciones. Pero, para simplificar, se las clasificará aquí *según la finalidad* para las que fueron creadas. Se observan, entonces, dos tipos de organización: *con fines de lucro* y *sin fines de lucro*.

Las primeras comprenden a las denominadas "empresas", es decir las organizaciones cuya finalidad es ganar dinero.

Las organizaciones comprendidas en el segundo grupo son aquellas cuyo fin está relacionado con aspectos socioculturales, tanto en su intención de mejorar el nivel de vida de ciertos sectores de la población (a través de fundaciones, hogares para chicos de la calle o madres solteras) como en promover el desarrollo de las artes o las ciencias (como por ejemplo, el Mozarteum argentino, centros culturales barriales, bibliotecas públicas).

Las organizaciones sin fines de lucro necesitan valerse de recursos económicos para perdurar, pero la ganancia no es el objetivo principal de su actividad, sino un medio de subsistencia (tanto de la organización como de su obra).

* lucro

Ganancia.
Utilidad.

* mercadotecnia

Disciplina que
estudia las formas
en que un producto
o servicio se
comercializa en
el mercado.

| Lectura para profundizar

Tipos de organizaciones: ¿es posible mezclar ganancias con filantropía?

La evolución de las organizaciones hace que empresas con fines de lucro se articulen con organizaciones claramente sin fines de lucro.

Por ejemplo, American Express, en 1983 acuñó el término mercadotecnia* (en inglés *marketing*) para causas nobles cuando lanzó una campaña publicitaria que se comprometía a donar un centavo de dólar para la restauración de la Estatua de la Libertad cada vez que alguien utilizara la tarjeta American Express. Desde entonces, ésta se ha convertido en una estrategia importante para las empresas. El concepto es simple: por cada compra de un producto determinado, una empresa dona una porción del ingreso a una organización no lucrativa. Publicitar este tipo de actitudes genera

ventas (y utilidades) para las empresas como American Express, que pusieron este plan en marcha.

Algunos observadores critican estas medidas ya que consideran que, al hacer grandes aportes, las empresas a la vez "deciden" en las organizaciones sin fines de lucro a las que favorecen.

La mercadotecnia por causas nobles proporciona a las instituciones filantrópicas publicidad y donaciones, mientras que a las compañías les genera una imagen pública positiva y en ocasiones, mejores ventas, por lo que aun a pesar de sus críticos es una tendencia que parece aumentar.

■ Adaptado de Schiller, Zachary. "Doing well by doing good", en Business Week, Nueva York, 5 de diciembre de 1988.

1. ¿Por qué causa noble acudirían ustedes a una empresa para que los patrocine?
2. ¿Irían a cualquier empresa? ¿A cuáles no y a cuáles sí?
3. ¿Qué condiciones deberían cumplirse para que los aportes que se realicen lleguen efectivamente a los destinatarios?

¿El Club Atlético Boca Juniors es una entidad con o sin fines de lucro? ¿Por qué?