

RESUMEN PARCIAL 1

¿QUE ES UNA ORGANIZACIÓN?

Una organización

1. Provee bienes y servicios.
2. Emplea gente.
3. Usan personas y recursos.
4. Crean valor.

Clasificación

> Tamaño:

- Micro: ≤ 10 - < 501
- Pequeña: 11 y 50 - 501 y 5000
- Mediana: 51 y 200 - 5001 y 30.000
- Grande

> Actividad económica:

- Primario: Naturaleza.
- Secundario: Transf. bienes.
- Terciario: Servicios y comercio.

> Origen capital.

> Constitución jurídica.

CULTURA ORGANIZACIONAL

> Valor Terminal: Estado final.

> Valor Instrumental: ¿Cómo?

> Socialización:

- Institucionalizada: Todos responden igual.
- Personalizada.

INSTITUCIONALIZADA INDIVIDUALIZADA

Colectiva Individual

Formal Informal.

Secuencial Aleatoria.

Fija Variable.

Serial Disyuntiva.

De despojo De inversión.

> Ritos de integración, transición y mejoramiento.

> ¿Cómo me visto?

> Símbolos organizacionales

> Características de quienes la componen + ética + sistema de derechos propiedad + estructura organizacional.
- Mecanista o orgánica.

> Responsabilidad social

- Promover bienestar de los míos y la sociedad.

ENTORNO ORGANIZACIONAL



miento.

2. Maquinaria, comput., habilidad humana.

3. Clientes, accionistas, proveedor, gobierno, competidores.

4. Productos terminados, Dividendos, valor de stakeholders.

DISEÑO ORGANIZACIONAL

Como planeo que cambie mi empresa. ¿Por qué sirve?

1. Tratamiento contingencias.

2. Gestionar diversidad.

3. Ventaja competitiva.

4. Promoción eficiencia.

ENTORNO ORGANIZACIONAL

Fuerzas y condiciones que afectan la organización.

> FUERZAS DE PORTER.

- Poder de negociación de los clientes.

- Rivalidad entre empresas.

- Amenaza nuevos entrantes.

- Poder negociación proveedores.

- Amenaza productos sustitutos.

ESTRATEGIA CORPORATIVA

- Desempeño superior

- > Eficiencia operacional: hacer lo mismo, pero mejor.

- > Posicionamiento estratégico: hacer mismos productos, de forma diferente.

- Considera estructura de la industria y posición al interior de ella.

- Trade-off: ¿qué no hacer?

- Estrategias genéricas: liderar costos, diferenciación y concentración.

PORQUE EXISTE UNA ORGANIZACIÓN

1. Aumentar especialización y división del trabajo.

2. Utilizar tecnología a gran escala (Economía de escala: ahorro cuando se produce masivamente. Economía de alcance: Ahorro cuando se usan recursos compartiéndolos en productos o tareas).

3. Administrar entorno externo.

4. Ejercer poder y control.

5. Economizar costos de transacción.

TEORÍA ORGANIZACIONAL ¿Cómo y por qué funciona una organización.

ESTRUCTURA ORG... Sistema de tareas y relaciones de autoridad.

CULTURA ORGANIZACIONAL Conjunto que modela el comportamiento.

¿Cómo se mide?

Externamente: Reducir costos.

Internamente: Innovar y reaccionar fast.

Técnicamente: Transformar habilidades hum.

MODELO DE MOTIVACIÓN

- Business motivation model.

FINES

MEDIOS

- Visión

- Misión

- Meta

- Estrategia

- Objetivo

- Táctica.

- Un objetivo cuantifica una meta: qué, cuánto, cómo, con qué, cuánto.

- Estrategia → dirigida → Metas.

- Táctica → implementa estrategia → objetivos.

- Estrategia: alcance más amplio y plazo mayor.

ARQUETIPOS DE

- Producto.
- Segmento.
- Acceso.

VENTAJAS COMPETITIVAS

- Segmentar la industria.
- Explotar trade-offs.
- Aprovechar actividades únicas.
- Capitalizar dinámica de la industria.

MODELO DE NEGOCIO

8	7	1	3	2
	6		4	
	9		5	

1. Propuesta de valor: ¿qué problema soluciona?
2. Segmentos mercado: Mass market, segmentado, niche market, diversificado, multi-sided markets.
3. Canales.
4. Relaciones con clientes: Captación, retención y aumento.
5. Fuente de ingresos.
6. Recursos claves: Físicos, intelectuales, humanos, financieros.
7. Actividades clave.
8. Asociaciones clave: Proveedores y socios estratégicos.
9. Estructura de costos: Costos fijos, variables, economías escala y de alcance.