

**Sistemas y Organizaciones**

Docentes:

* Prof. Lic. Nigro, Alberto.
* Aux. Ing. Cristaldo, Patricia.

Grupo N°: 4

Integrantes:

* Nuñez, Juan Ignacio
* Otero, Agustín.
* Pastorini, Sandro.
* Ratto, Franco.
* Richard, Cristhian.
* Sirk, Matías.
* Soneyra, Brian S.
* Venditti, Juan Pablo.
* Vergniaud, Pablo.

Fecha de entrega: 17/Octubre/2014

Índice

Introducción

# Desarrollo

## Distinga los conceptos de dato, información, conocimiento y sabiduría

***Dato:*** son flujos de elementos en bruto que representan los eventos que ocurren en las organizaciones o en el entorno físico antes de ordenarlos e interpretarlos en una forma que las personas puedan comprender y usar.

***Información:*** conocimiento basado en los datos a los cuales mediante un procedimiento se les da significado, propósito y utilidad para la persona u organización.

***Conocimiento:***Equilibrio entre conceptos teóricos y lecciones prácticas aprendidas a través de la experiencia.

**Sabiduría:** Conocimiento profundo que se adquiere a través del estudio o de la experiencia.

## Dimensión moral: concepto de los términos responsabilidad moral, social y legal.

***Responsabilidad moral:*** es la aceptación de los posibles costos, deberes y obligaciones de las decisiones tomadas por alguien.

***Responsabilidad legal:*** refiere a la existencia de leyes que permiten que los individuos se recuperen de daños ocasionados por otros actores, sistemas u organizaciones.

***Responsabilidad social (RSE):*** refleja la consideración que tienen las organizaciones respecto al impacto de sus actividades en la sociedad. En ella, la organización afirma los principios y valores por los que se rige, al aplicarlos tanto en sus procesos internos como en su relación con otros autores.

Contempla actividades que superan el cumplimiento de la legislación, siendo estas voluntarias y dependiendo de cada empresa.

## ¿Cómo se puede definir la Gestión del Conocimiento?

La gestión del conocimiento es un concepto aplicado en las organizaciones. Tiene el fin de transferir el conocimiento del lugar donde se genera hasta el lugar donde se va a emplear, e implica el desarrollo de las competencias necesarias al interior de las organizaciones para compartirlo y utilizarlo entre sus miembros, así como para valorarlo y asimilarlo si se encuentra el exterior de estas.

## Describa el flujo de conocimiento en las organizaciones

La era digital y la revolución de las TIC’s han permitido la difusión masiva del conocimiento. Es el recurso más valioso de las organizaciones modernas.

## ¿Qué importancia se le atribuye a la Dimensión Humana y Organizativa en la gestión del conocimiento?

Los sistemas de información autorizan muchos pasos en los procesos de negocios que antes se hacían de manera manual, como verificar el crédito de un cliente, generar una factura o una orden de compra. La nueva tecnología puede cambiar realmente el flujo de la información, reemplazar tareas secuenciales con tareas que se pueden realizar de manera simultánea y eliminando los atrasos en la toma de decisiones. En otras palabras la información puede hacer posible negocios completamente nuevos, incluso puede cambiar la forma de realizar los negocios e impulsar nuevos modelos.

## ¿Cuáles son las estrategias más frecuentes que se utilizan para la gestión del conocimiento?

***Estrategias basadas en la creación de un “almacén de conocimientos”:*** En este caso la organización almacena documentos repletos de conocimientos en un sistema donde pueden ser recuperados con facilidad, podemos distinguir tres tipos básicos de almacenes:

* ***De conocimiento externo:*** información sobre mercado, competencia e información sobre la situación económica.
* ***De conocimiento estructurado interno:*** técnicas y procedimientos organizativos, informes de investigación, materiales de marketing orientados al producto, etc.
* ***De conocimiento informal interno:*** bases de datos que acumulan la experiencia de los empleados de la organización.

***Estrategias basadas en la creación de “redes de expertos”:*** Mediante esta estrategia la organización persigue facilitar el intercambio de los conocimientos de los expertos y su accesibilidad, mediante la utilización de sistemas de videoconferencia, herramientas para compartir y examinar documentos y redes de telecomunicaciones avanzadas que conectan las diferentes oficinas y delegaciones. Esta estrategia ha sido adoptada, fundamentalmente, por las grandes empresas de consultoría.

***Estrategia basada en la medición del capital intelectual:*** Las empresas que han adoptado este último enfoque se han centrado en la identificación y valoración de sus activos intangibles, para poder mejorar su gestión dentro de la organización.

## ¿Qué son las organizaciones inteligentes según  Peter Senge en su libro “La quinta disciplina”?

Para Peter Senge, una organización inteligente es aquélla que aprende continuamente, tanto ella, como sus miembros. Plantea una visión sistémica de la empresa con todos sus elementos y sus interrelaciones, considerando que todos los miembros de una organización son elementos valiosos, capaces de aportar mucho más de lo que habitualmente se cree. Cuando los miembros de una organización son tomados en cuenta, se genera un mayor compromiso con la misión y visión de la empresa, la ideología de la organización/empresa se hace propia y se actúa en función de la misma.

## ¿Qué mejora la TI, los procesos de negocios?

El conocimiento y uso de las TI para la innovación, dirección, planificación e implantación de procesos de negocio permite una integración real de las tecnologías en las organizaciones, que facilita la diferenciación de la empresa, la capacidad de respuesta, la reducción de costos, la mejora en la productividad, la mejora del valor y servicio ofrecido al cliente.

## Principios éticos a tener en cuenta en el uso de las TI

* La amenaza a la privacidad y a la seguridad de las organizaciones es uno de los temas más clásicos en la ética aplicada a la informática o a los sistemas de información. En la actualidad uno de los nuevos elementos por medio de los cuales la intimidad de las personas estará en peligro será motivado por el aumento de las técnicas de búsquedas o escarbo en la red (data mining) o en las bases de datos, que va mucho más allá de las tradicionales búsquedas de información.
* Propiedades de los programas informáticos y la asunción de responsabilidades ante su mal funcionamiento. Los programas informáticos están suponiendo una manera nueva de entender la propiedad intelectual, pues el objeto a proteger su vida legal, el software, es de una naturaleza distinta a lo anteriormente existente. Las leyes antipiratería defienden los derechos de los productores de software o de los que tienen en su mano la facultad de vender licencias de uso de dichos programas. El problema ético consiste no solo en buscar una nueva manera de justificar el derecho a una nueva forma de propiedad, el software, sino en analizar también si las leyes de propiedad intelectual son en sí mismas justas o si debiera de haber nuevas maneras de re direccionar dichas leyes para beneficiar al gran público.
* Acceso público junto y relaciones entre los ordenadores y el poder en la sociedad. En este aparato el problema consiste en el acceso a la información y en las cuestiones sobre justicia distributiva, igualdad y equidad. Hay que intentar definir con qué criterios podemos hablar de acceso justamente distribuido a la información, o de igualdad o de inclusión en las sociedades de la información presentes en futuras.
* Realidad virtual e inteligencia artificial. El acto de presentar como problemática a la realidad virtual no hace principalmente referencia al problema de si la Realidad Virtual representa bien o no a la a realidad. Se refiere principalmente al hecho de que en la posible representación tendenciosa de la Realidad Virtual haya una selección y un favorecimiento no justo de ciertos valores o intereses a expensas de otros. Por su parte, la inteligencia artificial supone también unos planteamientos antropológicos (formas de entender la conciencia, cuestionamiento de la libertad.) que tienen en principio consecuencias para la concepción ética del ser humano.

## ¿Cuál es la relación que existe entre los sistemas transaccionales y los informacionales?

Los sistemas transaccionales surgen con las primeras aplicaciones empresariales de los equipos informáticos, para realizar de forma automatizada tareas administrativas repetitivas e intensivas en mano de obra.

Los sistemas informacionales utilizan los datos almacenados en los sistemas informáticos de la empresa (capturados y almacenados por el sistema transaccional) para generar información útil en el proceso de toma de decisiones. Así mismo, estos sistemas pueden incorporar datos procedentes de fuentes externas para su análisis.

## Concepto de sistema integrado

Un sistema integrado es aquel en el que un dato ingresa por un único punto del sistema, y como consecuencia de ello, produce la actualización en tiempo real de la base de datos de todos los subsistemas o módulos del sistema que hacen uso de esa información. La tendencia moderna apunta a considerar como mejor práctica el logro de la aplicación de un único sistema integrado para apoyar la gestión total del negocio, eliminando así el tradicional concepto de “sistema de información”.

## ¿Cuál es el principal objetivo de un SI?

Un sistema de información dentro de una organización, se encarga de entregar la información oportuna y precisa, con la presentación y el formato adecuados, a la persona que la necesita dentro de la organización para tomar una decisión o realizar alguna operación y justo en el momento en que esta persona necesita disponer de dicha información.

## ¿Qué factores organizacionales se deben tener en cuenta para concebir un SI?

Los factores que deben tenerse en cuenta para concebir un SI son los objetivos, la política y la estrategia empresarial.

## ¿En dónde reside el verdadero valor de un SI?

* Introducción de datos en el SI (entrada)
* Cambio y manipulación de los datos en el SI (procesamiento de datos)
* Obtención de información fuera del SI (salida)
* Almacenamiento de datos e información (almacenamiento)

## Describa brevemente un CRM

CRM (Customer Relationship Management) es una filosofía corporativa en la que se busca entender y anticipar las necesidades de los clientes existentes y también de los potenciales, que actualmente se apoya en soluciones tecnológicas que facilitan su aplicación, desarrollo y aprovechamiento. En pocas palabras, se trata de una estrategia de negocios enfocada en el cliente y sus necesidades.

## Describa brevemente un SCM

SCM (Supply Chain Management). La administración de redes de suministro es el proceso de planificación, puesta en ejecución y control de las operaciones de la red de suministro con la meta de satisfacer las necesidades del cliente con tanta eficacia como sea posible.

## Describa brevemente un ERP

ERP (Enterprise resource planning) son sistemas de planificación de recursos empresariales.

Podemos definirlos como un sistema integrado de software de gestión empresarial, compuesto por un conjunto de módulos funcionales (logística, finanzas, recursos humanos, etc.) susceptibles de ser adaptado a las necesidades de cada cliente.

Un sistema ERP combina la funcionalidad de los distintos programas de gestión en uno solo, basándose en una única base de datos centralizada

## Exprese al menos cinco razones por la cual se utilizan los sistemas integrados

***Integración de la información financiera. -*** El CEO (Chief Executive Officer) siempre busca tener información financiera. En su búsqueda financiera se puede encontrar muchas versiones diferentes a la real. Cada departamento tiene por lo regular sus propios números financieros y las diferentes unidades comerciales de la empresa pueden tener también los suyos referente a cuanto están contribuyendo para la empresa. Con la implementación de los ERP todos tendrán solo una versión de los números, con esto no habrá vuelta de hojas, todo se encuentra unificado.

***Integración de la información de los pedidos de los clientes -*** Con los sistemas ERP es posible centralizar y darle un seguimiento a los pedidos de los clientes, desde que se recibe el pedido hasta que se surte la mercancía. Esto en lugar de tener varios sistemas los cuales se encarguen del seguimiento de los pedidos, ya que por lo regular se originan problemas de comunicación entre los sistemas. Con los ERPs esto será más fácil.

***Estandarizar y agilizar los procesos de manufacturación – Compañías manufactureras –*** los sistemas de ERP vienen con los métodos estándares para automatizar algunos de los pasos de un proceso de fabricación. Estandarizar esos procesos y usar un solo sistema informático, integrado pueden ahorrar tiempo, aumentar productividad y reducir la cuenta principal.

***Minimiza el inventario -*** Los ERPs agilizan el flujo del proceso industrial más fácilmente, y mejora la visibilidad del proceso de cumplimiento de orden por parte de la empresa. Eso puede originar que los inventarios sean reducidos, ayuda a los usuarios para que desarrollen mejores planes de entrega con respecto a los pedidos de los clientes.

***Estandarización de la información de RRHH (Recursos Humanos) –*** Especialmente en compañías con múltiples unidades de negocios, RRHH puede no tener un simple método unificado, para seguir el tiempo de los empleados y comunicarse con ellos sobre beneficios y servicios.

## Caracterice los SI integrados para la gestión empresarial

En la estructura organizativa tradicional de una empresa, cada departamento se centra en resolver las tareas que tiene asignadas de manera eficaz y eficiente. A su vez, cada departamento se centra en la función que tiene asignada y pierde visión global de las actividades de la organización.

La separación entre las distintas funciones puede dificultar la comunicación interdepartamental y el flujo de actividades que se desarrollan a nivel global por la empresa. Al cliente le interesa el resultado final de la actividad global de la empresa y no el resultado de los trabajos realizados por cada uno de los departamentos. Por este motivo, es necesario adoptar una nueva visión del funcionamiento de la empresa, más orientada hacia el cliente y hacia el resultado global: la visión por procesos.

## De las estrategias generales de los SI para enfrentar a la competencia, describa el liderazgo en costos bajos.

Los consumidores desean pagar lo menos posible y seguir recibiendo el servicio o productos que necesitan con la misma calidad. Una manera de aumentar la participación en el mercado es disminuir los precios de modo de desalentar el ingreso de la competencia u obteniendo la preferencia de sus clientes para que no obtén por sustitutos. La mejor manera de lograr esto es reducir los costos de producción al máximo manteniendo la calidad, lo que también permite aumentar el margen de ganancias.

## De las estrategias generales de los SI para enfrentar a la competencia, describa el enfoque en un nicho de mercado

Un nicho de mercado es un segmento del mercado en el que se encuentra una necesidad insatisfecha. Una vez definido y testeado el producto en forma general, conocido el rubro o subsector donde se ubicará una empresa, se está en condiciones de identificar el espacio de actuación del mercado a que se apunta. Esto es una decisión estratégica del negocio, se debe encontrar el cliente o grupo de clientes que se ajuste a las posibilidades generales.

## Comente brevemente el impacto que los SI tienen en los aspectos económicos y organizacionales de una empresa

Los SI se implementan con un impacto estratégico en el negocio, aumentando la productividad, automatización de tareas administrativas y de generación de información operativa. Ellos permiten diferenciar la empresa frente a competidores, ser utilizados como herramienta de marketing y la creación de nuevos productos, mejorando su calidad, distribución, costo, etc.

## Del artículo de Chris Anderson “The Long Tail (La larga cola)”, explique con sus palabras el significado de la regla “Ayúdame a encontrarlo”

En el artículo, la regla “ayúdeme a encontrarlo” propone que en el mercado del entretenimiento digital se debe proveer al cliente con una amplia variedad de productos, presentándole productos ya conocidos junto con productos nuevos relacionados con sus gustos para facilitar el flujo de ellos hacia partes más “bajas” de la cola, en las cuales se ubican productos más específicas a los gustos de cada persona.

## Del artículo de Chris Anderson “The Long Tail (La Cola larga)”, explique con sus palabras el significado de la regla “Haz todo accesible”.

El artículo hace referencia a que en algunas organizaciones, por la cantidad de almacenamiento que el formato digital provee, hay una gran variedad de productos y servicios pero sus clientes o los mismos empleados no los conocen en su totalidad y por lo tanto pasan desapercibidos. Esto se debe a que las campañas publicitarias están enfocadas a ciertos productos o servicios específicos y se deja de lado los restantes.

Existen diferentes métodos para encontrar para ayudar a que los usuarios encuentren lo que es de su interés sin recurrir a costosas campañas publicitarias. El formato digital nos brinda la oportunidad de tener herramientas gratuitas para la organización , como los buscadores web, las recomendaciones, los correos electrónicos o las páginas que ofrecen alternativas a los productos que el cliente está viendo , que permiten publicitar servicios o productos que no son conocidos.

## Explique el significado de la expresión “visión por procesos”

La visión por procesos consiste en la apreciación de los procesos de la organización como un conjunto, en lugar de partes integrantes de actividades aisladas.

Lleva aparejado un achatamiento en la estructura jerárquica de la organización, el reconocimiento de grupos de trabajo, en lugar de reconocimiento individual, el reemplazo de los cargos por posiciones, pudiendo estas ser temporales o permanentes, y siendo ocupadas por un colaborador, quien puede poseer múltiples posiciones a su cargo. Las responsabilidades y resultados esperados de cada posición se encuentran bien definidos, y la evaluación situará en ellas, en lugar de enfocarse en el colaborador.

## Dimensión moral de los SI: breve referencia a la privacidad y a la libertad

## Dimensión moral de los SI: breve referencia a propiedad intelectual

Los sistemas contemporáneos de información han desafiado soberanamente a las leyes y prácticas sociales existentes que protegen la propiedad intelectual privada. La propiedad intelectual es intangible creada por individuos o corporaciones. La tecnología de internet ha dificultado la protección de ésta debido al hecho de que la información computarizada se puede copiar distribuir fácilmente en las redes.

La propiedad intelectual está sujeta a varias protecciones bajo tres diferentes tradiciones legales: leyes sobre secretos comerciales, derechos de autor y patentes.

## Dimensión moral de los SI: Breve referencia a los derechos de autor

Son una concesión legal que protege a los creadores de propiedad intelectual contra la copia por parte de otras personas para cualquier fin durante la vida del autor y durante 70 años más después de su muerte, para las obras que pertenecen a las corporaciones, la protección de los derechos de autor dura 95 años a partir de su creación inicial.

## Actualmente las empresas invierten en SI para conseguir objetivos estratégicos, entre los cuales se encuentran los referidos a lograr una mejor toma de decisiones y ventajas competitivas. Desarrolle brevemente ambos aspectos

Una ventaja competitiva de una empresa, es cualquier característica del producto que lo aísla de la competencia directa, de forma permanente a medio y largo plazo. Las ventajas competitivas básicas son:

* ***La diferenciación:*** la diferenciación dentro de un mercado, es cualquier característica, ya sea real o aparente, que permite a una empresa y a sus productos presentarse de forma diferente a los consumidores del resto de la competencia en el mercado. Esta característica hace que los consumidores estén dispuestos a pagar más por adquirir los productos de una empresa diferenciada que de los de otra. El grado de diferenciación que deben ostentar los productos de la empresa que compite en dichos mercados, debe ser superior al que arrogan aquellas empresas que compiten.
* ***Líder de costes:*** aquella empresa que obtiene unos costes inferiores, ya se de producción como de distribución, a los de la competencia para unos productos de calidad similar o comparables. Conseguir esta posición, dentro de un mercado, es una tarea bastante difícil, requiere disponer de una tecnología superior a la competencia, o disfrutar de suministros de materias primas en condiciones privilegiadas, o haber desarrollado procedimientos propios de fabricación más eficientes que los competidores.

El proceso de tomas de decisiones es un problema de elección entre diferentes alternativas en una situación de incertidumbre. Para elaborar una matriz de decisión que permita seleccionar la alternativa con una probabilidad de mayor éxito se requiere, en primer lugar determinar las diferentes opciones de estrategias que de manera alternativa se pueden tomar, y en segundo lugar, una muestra de diferentes estados de la naturaleza que puede deparar el entorno. Los estados de naturaleza son incontrolables, y solo se dispone de un conocimiento estimado. De la combinación de estrategias y naturaleza cabe esperar un resultado, el cual también debe ser estimado.

## Actualmente las empresas invierten en SI para conseguir objetivos estratégicos, entre los cuales se encuentran los referidos a lograr excelencia operativa y buenas relaciones con los clientes y proveedores. Desarrolle brevemente ambos aspectos

Los sistemas empresariales proveen valor, tanto al incrementar la eficiencia operacional como al proporcionar información a nivel empresarial para ayudar a los gerentes a tomar mejores decisiones. Las grandes compañías con muchas unidades de operación en distintas ubicaciones han utilizado sistemas empresariales para cumplir con las prácticas y datos estándar, de modo que todos realicen sus negocios en la misma forma a nivel mundial.

Es conveniente que sepa con exactitud quienes son sus clientes, como se puede contactar con ellos, si es costoso o no darles servicio y venderles productos, los tipos de productos y servicios en los que están interesados y que tanto dinero invierten en su compañía.