****

TRABAJO PRÁCTICO FINAL ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

**INFORMES CRÍTICOS EN BASE A BIBLIOGRAFÍA PROPUESTA**

**EVALUACIÓN PARCIAL – INFORMES**

**CRÍTICOS EN BASE A AMAZON**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| FACULTAD: | **Tecnología Informática** | | | | |
| CARRERA: | **Ingeniería en Sistemas** | | | | |
| ALUMNO/A: | **Agustín Albónico - Juan José Canterle - Mateo Sforza Tessi - Nicolás Alejandro Di Domenico** | | | | |
| SEDE: | **Rosario** | | LOCALIZACIÓN: | **Lagos** | |
| ASIGNATURA: | **Organización y Gestión Empresarial.** | | | | |
| CURSO: | **4°** | | TURNO: | **M** | |
| PROFESOR: | **Poncio, Silvia V.** | | FECHA: | **.. /../..** | |
| TIEMPO DE RESOLUCIÓN: | |  | EXAMEN PARCIAL/T.PRÁCTICO NRO. | |  |
| MODALIDAD DE RESOLUCIÓN: Virtual / Escrito / Oral / Individual | | | Presencial / Virtual / Escrito / Oral / Individual / Grupal | | |
| RESULTADOS DE APRENDIZAJE:   * [Identifica] + [relaciones claves con otros grupos de personas] + [para que realicen actividades que contribuyan a nuevos desarrollos tecnológicos] + [gestionando el talento y considerando las habilidades interpersonales] * [Comprende] + [la función de las redes de confianza y cooperación] + [para maximizar el aprendizaje significativo] + [considerando los intercambios colaborativos para ejercer un liderazgo efectivo en una cultura organizacional acorde] * [Comprende]+ [la visión del emprendedor] + [para superar barreras y descubrir nuevas oportunidades del mercado] + [ formulando o reformulando estrategias organizacionales] * [Comprende] + [el pensamiento prospectivo] + [para que el futuro se pueda moldear desde el presente] + [considerando la creación de oportunidades en distintos escenarios futuros] | | | | | |

# Índice

[**Índice 3**](#_v3i3oxom9pcq)

[**Resumen 4**](#_eptsxo82jbz2)

[**Introducción 5**](#_lnzwiebttc8q)

[**Contexto de la organización 7**](#_d43jqmvptkmz)

[Amazon como Generador de Tendencias 9](#_sw78o9wpwi1d)

[**Política de negocio 9**](#_qdxu2rbmep6s)

[**Cultura Organizacional 12**](#_p82meikwhdc9)

[El éxito comienza en el día 1 13](#_2ugbb9te397p)

[Cómo mantener una cultura del día 2 bajo control 13](#_hckesoqrskem)

[**Estructura Organizacional Amazon 14**](#_qwzgm54c4ulp)

[Bibliografía 16](#_iu33nxaqn5gn)

# Resumen

Este estudio se centra en el contexto organizacional, políticas de negocio, cultura del negocio y estructura organizacional de Amazon, una destacada empresa global en la industria del comercio electrónico y tecnología. A pesar de la fuerte competencia de otras multinacionales, Amazon ha cimentado su negocio en tres ejes clave: innovación, eficiencia operativa y satisfacción del cliente.

El contexto organizacional de Amazon se caracteriza por su expansión global y la diversificación de servicios, desde el comercio electrónico hasta la computación en la nube con Amazon Web Services (AWS). Las políticas de negocio se enfocan en ofrecer precios competitivos, una amplia gama de productos y un servicio al cliente excepcional, manteniendo una posición de liderazgo en el mercado.

La cultura del negocio de Amazon se basa en principios como la obsesión por el cliente, el pensamiento a largo plazo y la disposición a experimentar y asumir riesgos. Esta cultura fomenta un ambiente de constante innovación y mejora continua, crucial para su crecimiento sostenido.

En cuanto a la estructura organizacional, Amazon opera con una jerarquía flexible que permite la rápida toma de decisiones y una alta capacidad de adaptación. La empresa se organiza en equipos pequeños y autónomos conocidos como "dos pizzas teams", lo que promueve la agilidad y eficiencia en la ejecución de proyectos.

# Introducción

Este estudio se centra en el contexto organizacional, políticas de negocio, cultura del negocio y estructura organizacional de Amazon, una destacada empresa global en la industria del comercio electrónico y tecnología. A pesar de la fuerte competencia de otras multinacionales, Amazon ha cimentado su negocio en tres ejes clave: innovación, eficiencia operativa y satisfacción del cliente.

El contexto organizacional de Amazon se caracteriza por su expansión global y la diversificación de servicios, desde el comercio electrónico hasta la computación en la nube con Amazon Web Services (AWS). Las políticas de negocio se enfocan en ofrecer precios competitivos, una amplia gama de productos y un servicio al cliente excepcional, manteniendo una posición de liderazgo en el mercado.

La cultura del negocio de Amazon se basa en principios como la obsesión por el cliente, el pensamiento a largo plazo y la disposición a experimentar y asumir riesgos. Esta cultura fomenta un ambiente de constante innovación y mejora continua, crucial para su crecimiento sostenido.

En cuanto a la estructura organizacional, Amazon opera con una jerarquía flexible que permite la rápida toma de decisiones y una alta capacidad de adaptación. La empresa se organiza en equipos pequeños y autónomos conocidos como "dos pizzas teams", lo que promueve la agilidad y eficiencia en la ejecución de proyectos.

El impacto de la pandemia de COVID-19 también es analizado, investigando cómo esta crisis global afectó las operaciones de Amazon y cómo la empresa ha respondido y adaptado sus estrategias en este contexto desafiante.

En resumen, el éxito de Amazon se debe a su capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios del mercado, su enfoque en la innovación y la satisfacción del cliente, y su estructura organizacional flexible que le permite operar de manera eficiente a nivel global.

# Contexto de la organización

Para las organizaciones en general, y en nuestro caso Amazon que es una de las empresas más grandes del mundo, existe una necesidad de crear modelos que expliquen la realidad contextual en que la empresa va a desarrollar sus actividades, ya que es el contexto el que va a demandar cambios que obliguen a la empresa a adaptarse, ya que sino, pueden ser reemplazada o replicada por la competencias.

Entonces debido a la influencia constante del contexto hacia la empresa surge la necesidad de hacernos la siguiente pregunta "¿Qué cosas debemos de saber sobre nuestro entorno para comprender la organización requerida? Hemos leído (ya desde hace más de tres décadas) un sinfín de libros, artículos y trabajos de investigación, escuchado conferencias y ponencias en congresos profesionales, sobre las condiciones en las que el 'sistema' organización interactúa con el contexto; sus condiciones de permeabilidad, morfogénesis y demás conceptos científicos utilizados para describir una verdad tan evidente como decir que nuestra organización NO VIVE EN UNA BURBUJA...". (Fernando Grosso, 2005, p.36)

El análisis contextual que vamos a llevar a cabo para la empresa Amazon, parte de un modelo que contempla tres niveles de análisis: sector Industrial, el contexto regional y el marco global.

En el sector industrial Amazon opera de manera que es altamente competitivo debido a sus tiendas oficiales, servicios propios (amazon prime) y su plataforma de comercio electrónico que permite a que cualquier persona pueda emprender, sin embargo la existencia de competidores directos como Alibaba, eBay y Walmart que intentarán competir en precio, servicio al cliente, variedad de productos y tiempos de entrega. Otra variable que Amazon tendrá que contemplar será las amenazas de nuevos ingresos como lo es Mercado Libre en la región de latinoamérica cuyo posicionamiento en dicha región es mayor debido a que esta es originaria de la misma. La presión de proveedores, aunque mitigada por el poder de Amazon, requiere una gestión eficiente de la cadena de suministro. En términos de canales de distribución, Amazon posee una de las redes logísticas más avanzadas del mundo, con centros de cumplimiento estratégicamente ubicados y una flota de aviones Prime Air; sin embargo, enfrenta competencia de empresas como Mercado Libre en Brasil, que también tiene una fuerte capacidad logística. Además, Amazon ha forjado alianzas estratégicas con empresas tecnológicas y logísticas como FedEx y DHL para mejorar su oferta de servicios y expandir su alcance global. Hay variables como la de productos sustitutivos que no debería afectar a la rama de actividad de la misma ya que Amazon ofrece una plataforma cuya estrategia de negocios está enfocada a la expansión por diversificación e impulsando a que cada persona pueda montar su negocio virtual sea con casi cualquier producto que se imaginen.

En el contexto regional, Amazon, al estar ubicada en una gran cantidad de países debe adaptarse a las regulaciones y políticas locales, además deberá gestionar eficientemente las fluctuaciones económicas y responder a las preferencias socioculturales específicas de cada mercado, recordemos que los valores principios y formas de interactuar de por ejemplo las personas de Latinoamérica no serán las mismas que en Asia o Europa. Tecnológicamente, la innovación continua y estar a la vanguardia de nuevas tecnologías será clave para garantizar el éxito de Amazon, cómo variable extra, ambientalmente, Amazon se ha comprometido a reducir su huella de carbono.

A nivel global, factores como la pandemia de COVID-19 han transformado significativamente el comportamiento del consumidor y las operaciones de Amazon, evidenciando la necesidad de adaptabilidad y resiliencia en un mercado globalizado.

## Amazon como Generador de Tendencias

Es importante recordar que Amazon fue una de las primeras grandes compañías en vender bienes a través de internet, influyendo a muchas otras a nivel global para unirse a este nuevo modelo de negocio de aquella época. Logrando convertirse en una generadora de tendencias debido a múltiples factores como por ejemplo su constante innovación tecnológica, diversificación de productos y servicios, y mejoras en logística y distribución. Lidera con tecnologías avanzadas como Amazon Web Services (AWS), transformando la computación en la nube. Su ecosistema diversificado incluye dispositivos electrónicos y Amazon Prime, influyendo en el consumo de medios y tecnología. Además, redefine las expectativas de entrega con servicios rápidos y eficientes, estableciendo nuevos estándares en la industria. La implementación de inteligencia artificial y automatización en recomendaciones de productos y operaciones logísticas mejora la eficiencia y la experiencia del cliente.

A nivel global, Amazon se adapta a diversos mercados, influenciando tendencias en todo el mundo. Su capacidad de adaptación global, combinada con un fuerte compromiso con la sostenibilidad, impulsa tendencias en responsabilidad ambiental, como su iniciativa "The Climate Pledge" para alcanzar cero emisiones netas de carbono para 2040. Estas acciones no solo transforman su industria, sino que también influyen en diversos sectores económicos y tecnológicos a nivel mundial.

# Política de negocio

Según Grosso, F. (2005) “Un modelo integral para el planteo de la política de negocios de una organización deberá contemplar definiciones claras en concepto de:

* Visión: Es el propósito de la empresa, imagen de lo que quiere convertirse, y acerca de cómo quiere ser percibida por sus clientes y públicos.
* Misión: Explica el modo en que debemos hacer negocios, establece un sentido de orientación para el conjunto de unidades de negocios de la empresa.
* Modelo de Valor: Por que elementos el cliente elegirá los productos de la empresa, qué elementos integran la propuesta competitiva de la empresa en un sentido amplio, tanto operacional como simbólico.
* Valores Nucleares: Principios esenciales de la filosofía de negocios y valores culturales a impulsar por la dirección hacia el conjunto de sus colaboradores.
* Concepto estratégico: Identificación de los principales elementos críticos que forman parte del ambiente de negocios en que se desempeña la empresa, su evolución y la lógica competitiva del sector.
* Iniciativas estratégicas: Definición de los blancos específicos de la empresa y de la línea de acciones tácticas a seguir, requiere por supuesto de la identificación de las áreas claves de resultado y el establecimiento de metas operacionales a alcanzar.”(Pag. 107,108)

Amazon se ha centrado en la innovación constante y en la mejora continua de la experiencia del cliente. Su enfoque en la expansión global le ha permitido convertirse en un jugador dominante en el comercio electrónico en muchos países. Además, ha diversificado sus fuentes de ingresos con servicios como Prime, AWS, publicidad y dispositivos electrónicos como los Kindle y Echo.

El planteo de las políticas de negocio de Amazon se sigue por:

1. **Modelo de Valores:**

Los valores de Amazon son cuatro:

* Obsesión por el cliente.
* Pasión por la innovación
* Excelencia operacional.
* Enfoque en el largo plazo.

1. **Valores nucleares**:

* Obsesión por el consumidor: Amazon coloca al cliente en el centro de todas sus decisiones y acciones.
* Innovación constante: La empresa busca constantemente nuevas formas de mejorar y sorprender a sus clientes.
* Predisposición a la acción: Amazon toma decisiones rápidas y se adapta ágilmente al cambio.
* Apropiación de negocio: Los empleados asumen la responsabilidad y se sienten dueños de su área de trabajo.
* Excelencia en la contratación de colaboradores y empleados: Seleccionan a los mejores talentos para formar parte de su equipo.
* Austeridad: Amazon busca la eficiencia y minimiza el desperdicio.
* Democratización de la tecnología: La empresa hace que la tecnología esté al alcance de todos.

1. **Concepto estratégico**:

* E-commerce diversificado: Además de la venta online, Amazon ha incursionado en tiendas físicas, servicios en la nube (Amazon Web Services) y otros segmentos.
* Enfoque en el cliente: La visión de Amazon es ser la compañía más centrada en el cliente del mundo.

1. **Iniciativas estratégicas**:

* Amazon Prime: Ofrece envío rápido, acceso a contenido exclusivo y otros beneficios a sus suscriptores.
* Amazon Web Services (AWS): Líder en servicios de computación en la nube.
* Expansión global: Amazon ha ampliado su presencia a nivel mundial, llegando a diferentes mercados y culturas.

1. **Misión:** Ofrecer a los clientes los precios más bajos que sea imposible, obteniendo la mayor selección y disponibilidad de la forma más cómoda posible.

* Democratización de los precios.
* Variedad en la oferta.
* Accesibilidad y disponibilidad.

1. **Visión:** Conseguir convertirse en la compañía más centrada en el cliente del mundo.

El marketing de comportamiento consiste en ofrecer al usuario productos que le puedan

resultar útiles, en función del comportamiento que ha tenido el mismo en su página web y los productos que ha visitado con anterioridad.

De esta forma se anticipa a los deseos del usuario ofreciéndoles productos adecuados a sus necesidades.

* Alcance global.
* Priorización del cliente.
* La más amplia selección de productos.

# Cultura Organizacional

Según Grosso, F. (2005) “La cultura es una especial “forma de ser” colectiva que distingue a una empresa de todas las otras. Es una especie de “reglamento” no escrito pero conocido por todos.  
La cultura es una herramienta la cual se expresa en forma práctica, en los dichos y expresiones, en las creencias, en los actos inconscientes de la gente, frente a toda situación laboral que no esté escrita.   
Con esta herramienta, los individuos y las comunidades le dan sentido a su existencia. A través de la cultura, las personas interpretan su realidad, sus relaciones y sus acciones.” (131 - 132)

## El éxito comienza en el día 1

Día 1 es un término que se utiliza en Amazon para describir su cultura. Una cultura obsesionada con sus clientes promoviendo la agilidad, innovación y produciendo los mecanismos y modelos operativos adecuados para permitir una toma de decisiones de alta calidad y velocidad para sus clientes. En Amazon se sueña con grandes ideas nuevas que pueden cambiar el funcionamiento del mundo y brindan nuevas oportunidades para ofrecer a sus clientes.

Jeff Bezos: “Nos imaginamos un mundo dentro de uno o dos años en el que los clientes están usando el producto ahora”.

## Cómo mantener una cultura del día 2 bajo control

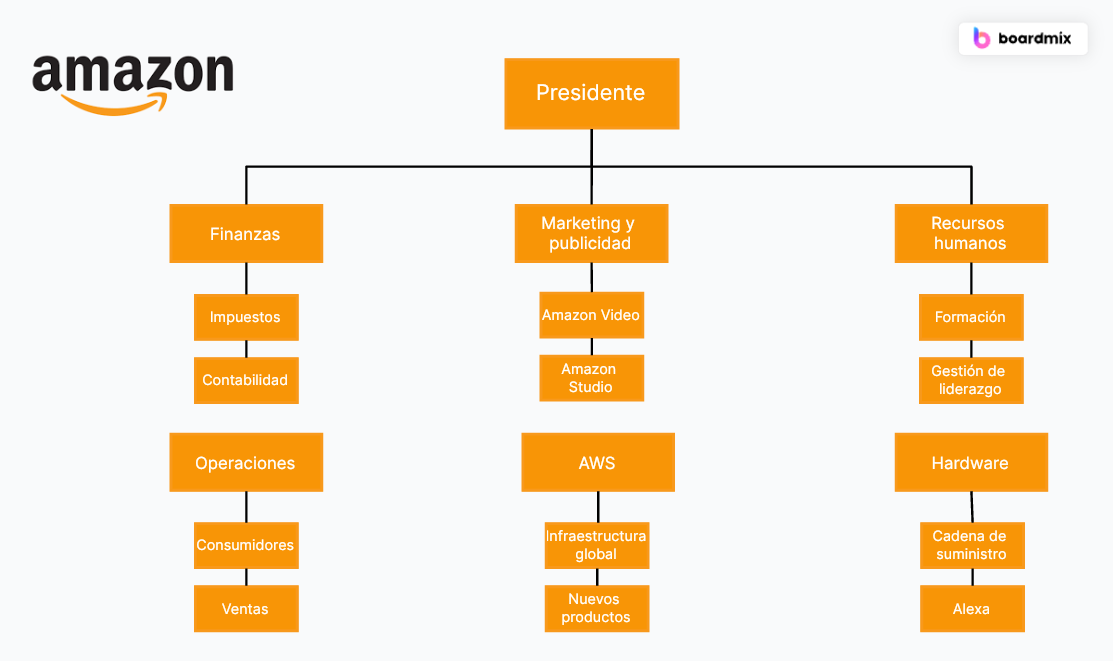
Imagina un mundo dentro de uno o dos años en el que los clientes estén utilizando el producto ahora. En el mundo actual, una empresa debe estar hipervigilante, permanecer centrada en el cliente a largo plazo y repeler las prácticas que impiden la capacidad de innovar rápidamente.

Para seguir siendo una cultura del día 1, hay que encontrar la manera de hacer apuestas más grandes y más audaces. Esto, naturalmente, abre la puerta a fracasos mayores y más prominentes. Cada fracaso es una oportunidad para crear algo mejor para los clientes. Cree un entorno en el que el fracaso impulse la mejora, no el castigo.  
“Si el tamaño de sus fracasos no crece, no va a inventar a un tamaño que pueda mover la aguja” Jeff Bezos

# Estructura Organizacional Amazon

Según Grosso, F. (2005) “La estructura organizacional permite dividir, agrupar y coordinar formalmente las tareas de trabajo.  
Los principales aspectos a considerar para el diseño de la estructura de la organización podemos definirlos en términos de: la división del trabajo, el orden jerárquico, los sistemas y procesos, los distintos tipos de estructuras.” (203)

El primer detalle que podemos capturar del organigrama de Amazon, es el famoso equipo S. También conocido como Team S. Ellos encarnan una de las máximas de la compañía: la estabilidad. Este equipo se ha mantenido casi estable a lo largo de los años. De hecho, algunos de los colaboradores llevan algunas décadas perteneciendo al círculo más cercano de Jeff Bezos. Cada uno de estos miembros lidera uno de los departamentos más importantes de la compañía, respondiendo directamente al CEO de Amazon. Podemos resumir a los equipos en seis departamentos. Estos son:

****

**Dirección ejecutiva**: Esta es la cúspide del organigrama. Aquí se encuentra el CEO y otros altos ejecutivos que toman las decisiones estratégicas para la empresa.

**Departamentos funcionales**: Estos incluyen áreas como Finanzas, Recursos Humanos, Operaciones, Marketing, etc. Cada uno de estos departamentos tiene un papel crucial en el funcionamiento diario de Amazon.

**Unidades de negocio**: Estas son las diversas divisiones o líneas de negocio de Amazon, como AWS (Amazon Web Services), Prime Video, Amazon Music, entre otros. Cada unidad tiene su propio liderazgo y objetivos específicos.

**Equipos regionales**: Amazon opera en muchos países y regiones alrededor del mundo. Los equipos regionales se encargan de adaptar las estrategias globales a las necesidades locales.

# 

# Bibliografía

Grosso, Fernando. Contexto de la organización. Claves para el desarrollo de la empresa (pág. 36). Buenos Aires: Dunken, 2005.

Fung, Brian. *CNN*. 26 de Septiembre de 2023. <<https://cnnespanol.cnn.com/2023/09/26/gobierno-17-estados-demandan-amazon-monopolios-trax/>>.

*infobae*. 30 de Julio de 2021. <<https://www.infobae.com/america/agencias/2021/07/30/amazon-multado-en-europa-por-incumplir-proteccion-de-datos/>>.

Grosso, Fernando. Política de negocio. Claves para el desarrollo de la empresa (págs. 107-108). Buenos Aires: Dunken, 2005.

Grosso, Fernando. Cultura Organizacional. Claves para el desarrollo de la empresa (págs. 131-132). Buenos Aires: Dunken, 2005.

Slater, Daniel. *AWS*. s.f. <<https://aws.amazon.com/es/executive-insights/content/how-amazon-defines-and-operationalizes-a-day-1-culture/>>.

Grosso, Fernando. Estructura Organizacional Amazon. Claves para el desarrollo de la empresa (págs. 203). Buenos Aires: Dunken, 2005.

Nuria. *Boardmix*. 28 de Diciembre de 2023. <<https://boardmix.com/es/analysis/amazon-organizational-chart/>>.