****

**TRABAJO PRÁCTICO FINAL ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN**

**INFORMES CRÍTICOS EN BASE A BIBLIOGRAFÍA PROPUESTA**

**EVALUACIÓN PARCIAL – INFORMES**

**CRÍTICOS EN BASE A**

| 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] | | | | | |

**(preguntar a la profe que cosas mas de la plantilla faltan)**

**Indice**

**Resumen:** (al final 250 palabras, no se aplican normas APA)

**Introducción** (ir modificando la intro a medida que desarrollamos los temas)

En el mundo de las compras y ventas por internet, Amazon es un gigante que ha evolucionado mucho a lo largo del tiempo. Comenzó vendiendo solo libros en línea en 1994, pero ahora vende de todo, desde libros hasta tecnología, servicios en la nube y presta servicios de películas en línea, pasando por brindar una plataforma para que las personas vendan sus productos pudiendo montar su propio negocio. Este informe va a ver cómo funciona Amazon, por qué es tan importante y cómo ha cambiado con el tiempo. Queremos entender cómo Amazon ha afectado la forma en que compramos y vivimos en la era de internet. También vamos a hablar sobre los temas que estudiamos en la clase de Organización y Gestión Empresarial 2024 y cómo se relacionan con Amazon. Al entender cómo Amazon ha influido en nuestras compras y vidas, podemos entender mejor su importancia en el mundo de los negocios y lo que podría significar para el futuro.

1. **Contexto de la organización**: → Nicolas

**Fernando Grosso (Año\_Edicion\_Libro) “cita” (p.XX)**

**o**

**“cita” (Fernando Grosso, Año\_Edicion\_Libro, p.XX)**

**(Importante: HACER UNA INTRO TEÓRICA (cita) con las fuentes que estudiamos para cada título/tema que vamos viendo. Luego aplicamos con la aplicación práctica para nuestra empresa elegida )**

##### 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.

##### Para el primero Amazon opera de manera que es altamente competitivo debido a sus tiendas oficiales, servicios que ofrece y su plataforma que ofrece 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 estra, 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.

##### 

bibliografía para este tema: (en realidad tendría que transformar estos enlaces en citas parafraseadas de Webs → googlear)

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

<https://es.wikipedia.org/wiki/Amazon>

<https://cnnespanol.cnn.com/2023/09/26/gobierno-17-estados-demandan-amazon-monopolios-trax/>

2. **Política de negocio**: → Agustin

**Fernando Grosso (Año\_Edicion\_Libro) “cita” (p.XX)**

**o**

**“cita” (Fernando Grosso, Año\_Edicion\_Libro, p.XX)**

**(Importante: HACER UNA INTRO TEÓRICA con las fuentes que estudiamos para cada título/tema que vamos viendo. Luego aplicamos con la aplicación práctica para nuestra empresa elegida )**

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.

1. **Modelo de Valores:**

Los valores de Amazon son cuatro:

1. Obsesión por el cliente.

2. Pasión por la innovación

3.Excelencia operacional.

4. 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.
2. **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.
3. **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.
4. **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.
5. **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.

##### 

**Portafolio -> Segmento y Posicionamiento**

**3. Cultura Organizacional** → Mateo

**Fernando Grosso (Año\_Edicion\_Libro) “cita” (p.XX)**

**o**

**“cita” (Fernando Grosso, Año\_Edicion\_Libro, p.XX)**

**(Importante: HACER UNA INTRO TEÓRICA con las fuentes que estudiamos para cada título/tema que vamos viendo. Luego aplicamos con la aplicación práctica para nuestra empresa elegida )**

La cultura organizacional de Amazon ha sido objeto de atención y debate durante muchos años. Aquí tienes algunos aspectos clave que podrían ayudarte a entenderla mejor:

1. **Obsesión por el cliente**: Este es uno de los principios fundamentales de la cultura de Amazon. La empresa está obsesionada con ofrecer la mejor experiencia posible al cliente, lo que se refleja en su enfoque en la innovación, la atención al detalle y la búsqueda constante de formas de mejorar el servicio al cliente.

2. **Innovación y experimentación**: Amazon fomenta una cultura de innovación y experimentación, donde se alienta a los empleados a probar nuevas ideas y asumir riesgos calculados. La empresa está dispuesta a invertir en proyectos de largo plazo que puedan no dar frutos inmediatos, siempre y cuando se alineen con su visión a largo plazo.

3. **Agresividad y competitividad**: Amazon es conocida por su cultura altamente competitiva, donde se espera que los empleados trabajen duro y den lo mejor de sí mismos en todo momento. Esto puede manifestarse en plazos ajustados, altas expectativas de rendimiento y una cultura de trabajo intensa.

4. **Datos y métricas**: Amazon es una empresa impulsada por datos, donde se toman decisiones basadas en información cuantitativa siempre que sea posible. Se espera que los empleados utilicen datos y métricas para respaldar sus decisiones y evaluar el rendimiento.

5. **Liderazgo centrado en principios**: Jeff Bezos, el fundador de Amazon, ha establecido una serie de principios fundamentales que guían el comportamiento y las decisiones en la empresa. Estos principios, conocidos como "Leadership Principles", incluyen cosas como "Obsesión por el cliente", "Inventar y simplificar" y "Ser vocales, incluso cuando sea incómodo".

6. **Diversidad e inclusión**: En los últimos años, Amazon ha tomado medidas para mejorar la diversidad y la inclusión en su cultura organizacional, reconociendo la importancia de tener un equipo diverso de personas con diferentes antecedentes y perspectivas.

Es importante destacar que, si bien Amazon ha tenido mucho éxito con esta cultura organizacional, también ha sido objeto de críticas y controversias. Algunos críticos sostienen que la cultura de trabajo intensa puede llevar a problemas de agotamiento y estrés entre los empleados, y que la empresa debería hacer más para abordar estas preocupaciones.

Complemento primer primer trabajo →<https://docs.google.com/document/d/16js8TlkNLsXKS1ZwOLyqBukKBJyDqYsHcr6OjfQVuNY/edit?usp=sharing>

**El éxito comienza en el día 1**

Día 1 es un término que utilizamos para describir nuestra cultura en Amazon. Una cultura obsesionada con nuestros clientes Promovemos la agilidad, innovación y producimos los mecanismos y modelos operativos adecuados para permitir una toma de decisiones de alta calidad y velocidad para nuestros clientes. Nos desestabilizamos. Experimentamos. Soñamos con grandes ideas nuevas que pueden cambiar el funcionamiento del mundo y nos brindan nuevas oportunidades para ofrecer a nuestros clientes. El día 1 es el único día para nosotros en Amazon.

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**

Imaginar 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

**4. Estructura Organizacional Amazon** → Juan

**Fernando Grosso (Año\_Edicion\_Libro) “cita” (p.XX)**

**o**

**“cita” (Fernando Grosso, Año\_Edicion\_Libro, p.XX)**

**(Importante: HACER UNA INTRO TEÓRICA con las fuentes que estudiamos para cada título/tema que vamos viendo. Luego aplicamos con la aplicación práctica para nuestra empresa elegida )   
la info tiene que ir acorde al cronograma de las clases con su contenido con el orden de los subtemas… adaptada a AMAZON**



El Amazonas [estructura organizativa](https://fourweekmba.com/es/estructura-organizativa/) es predominantemente jerárquica con elementos de estructura basada en funciones y divisiones geográficas. Si bien Amazon comenzó como una organización sencilla y plana en sus primeros años, se transformó en una organización jerárquica con sus trabajos y funciones claramente definidos a medida que crecía.

| **Departamento** | **Tipo de Propiedad** | **Detalles** | **Ventajas** | **Inconvenientes** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Venta al por menor de Amazon** | Estructura divisional | – El negocio principal de Amazon, la plataforma minorista en línea, opera como divisiones separadas basadas en categorías de productos (por ejemplo, Amazon Books, Amazon Electronics). Cada división gestiona su propia selección de productos, precios y experiencia del cliente. | – La alta autonomía divisional permite una gestión especializada de productos. – Rápida adaptación a los cambios del mercado en categorías específicas. – Gestión eficiente de inventarios. | – Control central limitado sobre precios y selección de productos. – Puede generar inconsistencia en la experiencia del cliente entre divisiones. – Desafíos para mantener una imagen de marca unificada. |
| **Servicios Web de Amazon (AWS)** | Estructura divisional | – AWS es una división independiente responsable de los servicios de alojamiento web y computación en la nube de Amazon. Opera de forma autónoma y brinda servicios a diversas industrias y organizaciones en todo el mundo. | – Enfoque especializado en servicios de computación en la nube. – Capacidad para abordar diversas necesidades de los clientes. – Rápida innovación y expansión en la industria de la nube. | – Potencial de competencia e intereses conflictivos con otras divisiones de Amazon. – Desafíos de coordinación entre AWS y otras unidades de negocio. – Diferentes bases de clientes y prioridades de servicio. |
| **Dispositivos de Amazon** | Estructura divisional | – Amazon Devices incluye productos de hardware como Kindle, Echo y Fire TV. Cada línea de productos opera como una división separada, gestionando su propia investigación, desarrollo y marketing. | – Especialización en desarrollo e innovación de productos hardware. – Marketing y ventas optimizados para dispositivos individuales. – Respuesta más rápida a las demandas del mercado en el sector del hardware tecnológico. | – Potencial de superposición o competencia entre divisiones de productos. – Desafíos de coordinación en la creación de un ecosistema cohesivo de dispositivos y servicios. – Puede resultar en experiencias variadas para los clientes en todos los dispositivos. |
| **Amazon Prime Video** | Estructura divisional | – Prime Video es responsable de los servicios de streaming y entretenimiento de Amazon. Opera de forma independiente, produciendo contenido original y otorgando licencias de contenido de varios estudios. | – Estrategias enfocadas de creación y adquisición de contenidos. – Flexibilidad para atender a diferentes mercados globales de entretenimiento. – Fuerte competencia en la industria del streaming. | – Posibles conflictos con otras divisiones en relación con el contenido y las asociaciones. – Desafíos de coordinación al combinar Prime Video con otros servicios de Amazon. – Bibliotecas de contenido variadas para diferentes regiones. |
| **Funciones corporativas** | Funcional | – Las funciones corporativas como finanzas, recursos humanos, asuntos legales y estrategia corporativa están organizadas jerárquicamente. Proporcionan soporte y gobernanza centralizados para toda la organización de Amazon. | – Control centralizado eficiente sobre funciones críticas. – Vela por el cumplimiento de la normativa legal y financiera. – Agiliza la toma de decisiones a nivel corporativo. | – Autonomía local limitada para funciones críticas. – Potencial de desafíos de comunicación entre niveles corporativos y divisionales. – Puede dar lugar a tiempos de respuesta más lentos para determinadas decisiones. |

**Formato de las Normas APA 7ma edición**

Papel: Tamaño carta

Tipo de letra: Arial – Times News Roman

Tamaño letra: 12 puntos

Espaciado: Interlineado 2.0, sin espacio entre párrafos

Alineado: Izquierda, sin justificar

Márgenes: 2,5 en cada lado ( 2,54 cm (1 pulgada)

Sangría: 5 espacios en la primera línea de cada párrafo

El tamaño del papel: 21.59 cm x 27.94 cm

**BIBLIOGRAFÍA PROPUESTA → Armarla como dijo la profe**

<https://normasapa.in/>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Amazon>

<https://www.studocu.com/ec/document/universidad-politecnica-salesiana/fundamentos-de-auditoria/informe-amazon-todo-sobre-la-empresa-mas-reconocida-de-ventas/16004264>

<https://misionvisionvalores.de/amazon/>

<https://chatgpt.com/>  
<https://aws.amazon.com/es/executive-insights/customers/sustaining-a-day-1-culture/#:~:text=El%20ADN%20cultural%20de%20Amazon&text=Tomar%20decisiones%20de%20alta%20calidad,luego%20aprender%20de%20esos%20fracasos>.  
<https://fourweekmba.com/es/estructura-organizativa-amazonas/>