



Nombre de alumnos:

Dominga contreras Jiménez

Nombre del profesor:

Lic. Julio cesar medida López

Nombre del trabajo:

cuadro sinóptico y ensayo

Materia: *estructuras organizacionales*

Grado: 3er cuatrimestre

Grupo: "A"

Pichucalco Chiapas a 23 de mayo de 2021

E
N
T
O
R
N
O

O
R
G
A
N
I
Z
A
C
I
O
N
A
L



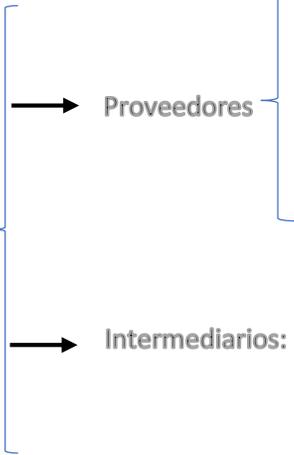
Entornos de las organizaciones

Son actores y fuerzas externas a la organización que afectan la capacidad de la gerencia para crear y mantener relaciones exitosas con sus clientes. Estos factores, que constituyen el entorno, influyen en los comportamientos del mercado, en las decisiones de mercadotecnia de la empresa y, en definitiva, condicionan el desarrollo de la relación de intercambio. Así, los cambios demográficos, económicos, culturales, sociales, legales, políticos, tecnológicos y del medio ambiente afectan tanto a la actividad comercial como a otras actividades y aspectos de la vida y la sociedad. Estos factores constituyen el macro entorno.



Microambiente

Es un conjunto de factores sobre lo que la dirección de la empresa debe influir para establecer y mantener relaciones de cooperación con los clientes. Esta participación puede ser directa, dando origen a transacciones, como en el caso de los proveedores o suministradores y de los intermediarios.



Los proveedores intervienen en cada parte del negocio; asegura de que una empresa funcione si contamos un flujo de bienes y servicios constante.

Se utilizan para hacer llegar al mercado del modo más rápido y menos costoso la oferta de los productos. Los intermediarios pueden ser mayoristas o minoristas.

La competencia

El estudio de la estructura competitiva, es decir, de las participaciones de mercado que mantienen las empresas que concurren en él, se considera importante por el efecto que pueda tener una posición de liderazgo en la rentabilidad de las ventas. Identificar a los competidores no es tan sencillo tenemos que tomar encuesta, Expansión del mercado, Integración hacia atrás e integración hacia delante. El análisis de la competencia, tanto actual como potencial, requiere tener una información constante y permanente sobre la misma, para poder evaluar sus puntos fuertes y débiles que puedan constituir oportunidades o amenazas para la empresa.

E
N
T
O
R
N
O

O
R
G
A
N
I
Z
A
C
I
O
N
A
L



macro ambiente

Todos ellos se caracterizan por ser específicos de la actividad comercial; es decir, existen porque hay relaciones de intercambio. Son genéricos y existen con independencia de que se produzcan o no intercambios. Su influencia no se limita a las actividades comerciales y su micro entorno, es una fuerza externa que la empresa no puede controlar y que influye en su capacidad de realizar ventas efectivas y pierde el control de sus operaciones.

Entorno demográfico

Es el estudio estadístico de la población humana y la manera de cómo está distribuida este estudio incluye variables como edad, estructura familiar, distribución geográfica, las tasas de crecimiento poblacional, los niveles estudiantiles y poblacional. Podemos afirmar que las empresas pueden utilizar una o varias de estas variables para crear su entorno democrático.

Entorno económico

ingreso nacional, tipo de interés, inflación, desempleo, tipo de cambio, balanza de pagos y carga fiscal. **El ingreso** es el factor que determina de modo más directo la capacidad de compra del mercado. **El nivel de empleo** determina las expectativas. **La carga fiscal determina** la capacidad de compra disponible por el mercado, una vez deducidos de sus ingresos brutos los impuestos correspondientes. de ingresos familiares. **La inflación** también afecta a la capacidad de compra del mercado, y puede alterar las pautas de consumo.

Entorno cultural y social

Está condicionado de vida y trabajo, Los cambios culturales y sociales experimentados en la sociedad occidental han sido sustanciales en las últimas, durante el período llamado «**salinismo**», y se han visto favorecidos por la inmersión de México en los mercados mundiales. El incremento de los recursos económicos y del nivel cultural, así como la paulatina disponibilidad de más tiempo libre de grupos cada vez más numerosos de la sociedad mexicana, ha originado un cambio en los estilos de vida.

E
N
T
O
R
N
O

O
R
G
I
Z
A
C
I
O
N
A
L



Entorno legal y político

Se produce lo que se ha denominado una «**desregulación**», que da mayor protagonismo a las leyes del mercado y fomenta la competitividad. Por otra parte, tiene lugar también un proceso de privatización de sectores o actividades que habían estado tradicionalmente en el sector público. La desregulación puede hacer más difícil la predicción de las estrategias de los competidores, los comportamientos del consumidor y la evolución de los cambios legales y sociales.

Entorno tecnológico

Los avances e innovaciones en los campos de la electrónica y la computación han revolucionado los procesos de producción, las comunicaciones y la transmisión y tratamiento de la información. Hoy en día puede disponerse de varios canales de televisión, bien por transmisión mediante antena convencional, por cable. Por otra parte, los avances científicos en los campos de la biología, química, física, energía, etc., permiten desarrollar nuevos y mejores productos. Hoy en día se pueden hacer múltiples operaciones bancarias a través de un cajero automático, efectuar compras desde el domicilio por medio de una computadora, enviar mensajes, pagos entre otras.

El medio ambiente

El medio ambiente ha adquirido una importancia creciente en los últimos años, no sólo por la defensa realizada por los movimientos ecologistas y por los partidos «verdes» en algunos países. En México existe una legislación que incluye normas para la protección del medio ambiente y obliga a las empresas a adaptar sus productos y procesos de fabricación a las especificaciones. a Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente. Al margen de restricciones o imposiciones legales, un número creciente de empresas está adoptando políticas e implementando acciones respetuosas hacia el medio ambiente; cumplimiento de estándares internacionales o prácticas hoy en día comunes para el uso correcto de los recursos.

DIMENSIONES DEL DISEÑO ORGANIZACIONAL



Las organizaciones dan forma a nuestra vida, y los administradores bien informados pueden dan forma a las organizaciones. Las dimensiones organizacionales se dividen en dos tipos: **estructurales y contextuales,**

Las dimensiones estructurales proporcionan etiquetas para describir las características internas de una organización ellas establecen las bases para medir y comparar y a las organizaciones, Las dimensiones contextuales caracterizan a toda la organización, incluidos su tamaño, tecnología, entorno y metas. Describen el escenario organizacional que incluye y da forma a las dimensiones estructurales.

Las dimensiones contextuales: estas caracterizan a toda organización, incluyendo el tamaño, tecnología, el ambiente externo y los objetivos. Ellas describen el conjunto organizacional que influyen y dan forma a las dimensiones estructurales. las dimensiones contextuales representan un conjunto de elementos en la que yacen las estructuras y los procesos del trabajo. Para entender y evaluar las organizaciones se deben analizar ambas

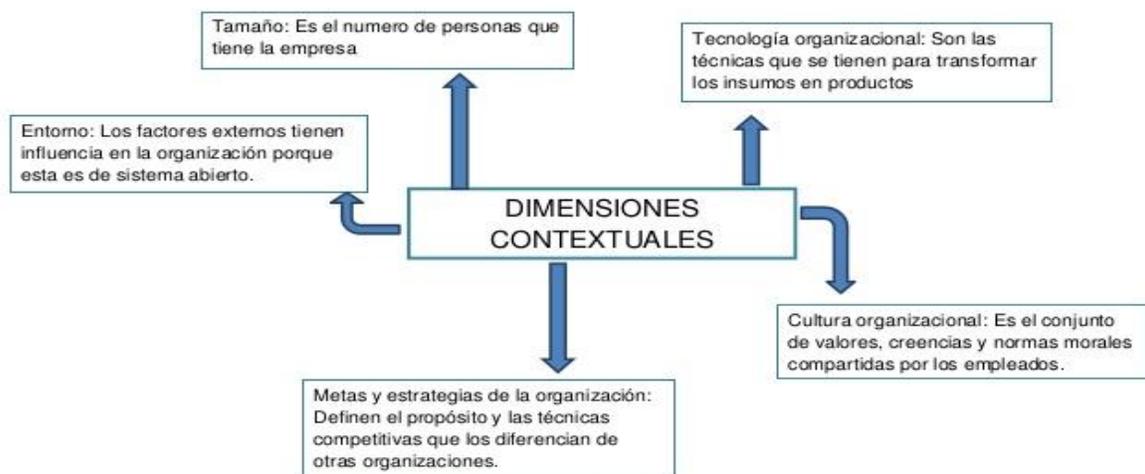
Dimensiones estructurales

- **la formación:** representa la cantidad de documentación escrita en la organización, Estos documentos escritos describen el comportamiento y las actividades. la formalización se mide sólo contando el número de páginas de la documentación dentro de la organización.

- **La especialización:** es el grado por el cual las tareas organizacionales son subdivididas en funciones separadas. En ocasiones, la especialización se conoce como la división del trabajo.
- **La jerarquía de la autoridad:** describe quién le reporta a quién y el tramo de control para cada gerente.
- **La centralización:** se refiere al nivel jerárquico que tiene la autoridad para tomar una decisión.
- **El profesionalismo:** es el nivel de educación formal y capacitación de los empleados.
- **Las razones personales:** se refieren a la distribución de personas entre las diversas funciones y departamentos.

Dimensiones contextuales

- **tamaño:** para la organización se puede medir como un todo o por sus componentes específicos, como una planta o división. Como las organizaciones son sistemas sociales, por lo regular, el tamaño se mide por el número de empleados.
- **La tecnología organizacional:** se refiere a las herramientas, técnicas y acciones empleadas para transformar los insumos en productos. E incluye las acciones y técnicas usadas para cambiar las entradas de la organización en salidas.
- **Las metas y la estrategia de una organización:** definen el propósito y las técnicas competitivas que la diferencian de otras organizaciones. A menudo, las metas se anotan como una declaración duradera de la misión de una empresa.
- **La cultura de una organización:** es el conjunto subyacente de valores, creencias, entendimientos y normas clave compartidos por los empleados. Estos valores y normas subyacentes pueden estar relacionados con el comportamiento ético, el compromiso con los empleados, la eficiencia o el servicio al cliente, y ofrecen el pegamento para mantener juntos a los miembros de la organización.



Las once dimensiones contextuales y estructurales y estructurales aquí analizadas son dependientes entre sí. Por ejemplo, una organización grande, una tecnología de rutina y un entorno estable tienden a crear una organización que tiene mayor formalización, especialización y centralización.

