Colegio Polivalente Región : Metropolitana

Profesor Ildefonso Calderón Provincia : Cordillera

Profesor (a): Claudia Silva zumelzu RBD : 10501-5

**Guía Formativa N°1 Procesos Administrativos 3 º Año Medio**

|  |
| --- |
| **\*Esta guía tiene un 60% de exigencia”** **L : 60 a 100% de logro** **NL: menos del 60% de logro** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Puntaje Obtenido** | **L** | **NL** |
|  |  |  |

**Nombre: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Fecha:**  de del 2020

**Objetivo de Aprendizaje: Comunicarse por escrito con claridad y registros de escritura pertinentes a la situación laboral y en relación con el trabajo dado.**

|  |
| --- |
| **Instrucciones para los/las estudiantes:*** Lee atentamente cada pregunta y responde espacio dado/ o selecciona respuesta según corresponda.
* tienes alguna, consulta en el Texto de la asignatura (o digital en [www.curriculum](http://www.curriculum) línea.cl.
* Continúa revisando la página del Colegio para que continúes desarrollando nuevas actividades y revises tus avances.
 |

1. Item de Comprensión:

**Aprendamos**

**CONCEPTOS CLAVE: Estos** conceptos deben escribirlo en tu cuaderno

**Los recursos organizacionales** : La organización es un proyecto social que reúne varios recursos para alcanzar varios objetivos. Sin recursos no puede lograrse los objetivos. Los recursos son medios que las organizaciones poseen para realizar sus tareas y lograr sus objetivos: son bienes o servicios utilizados en la ejecución de las labores organizacionales. Puede pensarse que los insumos son necesarios para elaborar el producto final o el servicio prestado por la organización. Por lo general, cuando se habla de recursos, se piensa simplemente en dinero, equipo, materiales, personal. Sin embargo, los recursos son en extremo complejos y diversificados.

. **Cinco grupos de recursos organizacionales**.

 **a) Recursos físicos o materiales**. Necesarios para efectuar las operaciones básicas de la organización, ya sea para prestar servicios especializados o para producir bienes o productos. El espacio físico, los terrenos y los edificios, los predios, el proceso productivo, la tecnología que lo orienta, los métodos o procesos de trabajo dirigidos a la elaboración de los bienes y los servicios producidos por la organización constituyen los recursos materiales.



**b) Recursos financieros** :Se refieren al dinero, en forma de capital, flujo de caja (entradas y salidas), préstamos, financiamiento, créditos, etc., que están disponibles de manera inmediata para enfrentar los compromisos que adquiere la organización. También están incluidos los ingresos producidos por las operaciones de la empresa, las inversiones de terceros y toda forma de efectivo que pase por la caja de la organización. Los recursos financieros garantizan los medios para adquirir los demás recursos que la organización necesita. En cierta medida, los recursos financieros definen la eficacia de la organización para lograr sus objetivos, ya que ellos permiten que la empresa adquiera los recursos necesarios para operar dentro de un volumen adecuado.



 **c) Recursos humanos**: Personas que ingresan, permanecen y participan en la organización, en cualquier nivel jerárquico o tarea. Los recursos humanos están distribuidos en el nivel institucional de la organización (dirección), en el nivel intermedio (gerencia y asesoría) y en el nivel operacional (técnicos, auxiliares y operarios, además de los supervisores de primera línea). El recurso humano es el único recurso vivo y dinámico de la organización y decide el manejo de los demás, que son físicos o materiales. Además, constituyen un tipo de recurso que posee una vocación encaminada hacia el crecimiento y desarrollo. Las personas aportan a la organización sus habilidades, conocimientos, actitudes, comportamientos, percepciones, etc. Sin embargo el cargo que ocupen – director, gerente, supervisor, operario o técnico -, las personas cumplen diversos roles dentro de la jerarquía de autoridad y responsabilidad existente en la organización.



**d) Recursos de Mercadotecnia** : Constituyen los medios que las organizaciones emplean para localizar, contactar e influir en los clientes o usuarios. En este sentido, los recursos de mercadotecnia también incluyen el mercado de consumidores o clientes de los productos o servicios ofrecidos por la organización. Por consiguiente, estos recursos comprenden todas las actividades de investigación, y análisis de mercado (de consumidores y de competidores), el sistema de ventas, promoción, publicidad, distribución de los productos a través de canales adecuados, desarrollo de nuevos productos según las nuevas demandas, fijación de precios, asistencia técnica al consumidor, etc. Si no existieran los recursos de mercadotecnia, de nada servirían los demás recursos de la organización, ya que si ésta perdiera sus clientes –consumidores o usuarios-, desaparecería de manera inevitable su razón de existir.



 **e) Recursos administrativos** : \*(Tecnológicos) Constituyen los medios con los cuales se planean, dirigen, controlan y organizan las actividades empresariales. Incluyen los procesos de toma de decisiones y distribución de la información necesaria, además de los esquemas de coordinación e integración utilizados por la organización. Los recursos administrativos \* tecnológicos ayudan a desarrollar las operaciones cotidianas de la organización, desde la producción hasta la comercialización, pasando por las comunicaciones internas y externas y cualquier otra área. Estos recursos son fundamentales para poder llevar a cabo el desarrollo de los sistemas existentes hoy en día. \*(Tecnológicos), de apoyo .



 **Este mensaje para mis queridos alumnos con cariño su profesora Claudia Silva Zumelzu**

 