



COLEGIO "SAN BERNARDO"
Secundario Básico y Orientado
4° Año de Secundario Orientado en Economía
INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN
Profesora Ana Valeria Martín



Guía N° 16 de Introducción a la Administración

Hola chicos, En la siguiente guía pedagógica veremos:

A) Planificación y Control

B) Sistema de control administrativo: Componentes, objetivos, ventajas y desventajas

Fecha de Entrega 4° "Economía" 19 /10/21

Fuente:

<https://www.pressreader.com/argentina/clarin/20111217/282394101287303>

Uno de cada 4 argentinos ya ve la tele en una computadora Cambia la forma de consumir televisión

Miran programas completos o segmentos en notebooks, celulares inteligentes, tabletas y en la PC del trabajo. Lo revela una encuesta mundial que incluye a Argentina. A nivel global, la cifra trepa al 37%.

- Clarín
- 17 Dec 2011

• Marcelo Bellucci

La familia reunida frente a la TV aguardando un programa, es ya una postal del pasado. Internet está cambiando la relación entre el aparato y sus contenidos. La nueva televisión a la carta eliminó la restricción horaria y permite controlar distintas pantallas dentro y fuera del hogar: notebooks, celulares inteligentes, tabletas digitales o la PC del trabajo.

Según un estudio, el 25% de los argentinos ve televisión (películas, series, goles en video, resúmenes deportivos, noticieros) una o dos veces al mes fuera del televisor. Mientras que el promedio mundial alcanza el 37%.

Además, en la Argentina hay un 7% que ve la tele de esta forma al menos una vez a la semana. Y, en el otro extremo, sólo el 13% dijo que nunca vio televisión en un aparato que no sea un televisor. Estos datos son el resultado de una encuesta realizada en 16 países, incluida Argentina, realizada por la agencia internacional Vanson Bourne que difundió Motorola.

“Los consumidores están constantemente conectados, y es su deseo disponer de un acceso omnipresente al contenido y a las comunidades. No les importa



COLEGIO "SAN BERNARDO"

Secundario Básico y Orientado

4° Año de Secundario Orientado en Economía

INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN

Profesora Ana Valeria Martín

qué tecnología lo hace posible, sólo desean que funcione para incorporarla en su rutina, manifestó John Burke, vicepresidente de Motorola.

Con el cambio, una de las formas de consumo que emergen es la denominada TV social. Como su nombre lo anticipa, su gracia consiste en que al tiempo de ver la tele, se pueden dejar comentarios en tiempo real y conectarse con otros seguidores instantáneamente mediante chats de redes sociales o videoconferencias.

Esta tendencia crece en el país: hay un 88% que "hizo" televisión social en 2011, comparado con el 63% en 2010. Y hay un 79% que estaría interesado en hacer comentarios sobre el programa que ve.

A nivel mundial, seis de cada diez encuestados ya analizó un programa de televisión con amigos a través de alguna red social.

"Nuestros estudios muestran cómo el uso de redes sociales está afectando como se ve televisión. La mayoría la combinan con el uso de Twitter, Facebook, mensajes de texto, llamadas de voz y foros de discusión sobre lo que ven. Esta comunicación le añade otra dimensión a la experiencia de ver TV, ya que cuando los usuarios encuentran algo molesto o que les llama la atención, lo pueden convertir en algo divertido", afirma Daniel Caruso, vicepresidente de Ericsson para América latina.

La televisión "on demand" está modificando el modo y el momento en que la gente mira sus programas favoritos. Este año, la cantidad de consumidores estadounidenses que miró televisión bajo demanda se triplicó y alcanzó un 18%, en comparación con el 5% del año pasado. Además, en ese mismo país, el 23% ve televisor periódicamente en celulares inteligentes.

Una investigación de Ericsson reveló que el 28% de los navegantes argentinos miran videos de larga duración. Además, registran un alto consumo de videoclips, con 54% de penetración, lo cual es una cifra bien alta si se la compara con el consumo de otros países, que ronda el 30 o 40%.

Mediante otra encuesta de Ericsson, esta vez a nivel global, se identificaron los aspectos más valorados de la TV bajo demanda. Lo más importante para los consumidores es la calidad de la imagen (HD), con un 58%; y que no tenga comerciales, 45%. Este fenómeno comienza a requerir conexiones permanentes de gran velocidad, que permitan repartir la señal de Internet entre varios dispositivos. Hoy se ofrecen conexiones hogareñas de 30 MB (el caso de Fibertel Evolution). Y si bien este número puede resultar una exageración, las pretensiones de calidad y velocidad son cada vez más avanzadas, por lo que no sería curioso que en los próximos años se convierta en un estándar. ¿Hay diferencias de calidad entre la TV y los nuevos medios?



COLEGIO "SAN BERNARDO"
Secundario Básico y Orientado
4° Año de Secundario Orientado en Economía
INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN
Profesora Ana Valeria Martín

Actividad de integración

- 1- ¿Crees que esta realidad que se describe presenta un problema para los vendedores de televisión o para los productores de canales de televisión?
- 2- Piensa en Samsung como vendedora de televisores
 - a- ¿Cuál sería el problema que se le está planteando?
 - b- ¿Qué estrategias planificarías para enfrentar el problema?
 - c- Sugiere dos ideas