

AMBIENTE EXTERNO DE LAS ORGANIZACIONES

Jessica Morales González

INTRODUCCIÓN

Durante muchos años las empresas fueron consideradas entidades independientes alejadas de su entorno y los empresarios solo se concentraban en todos los aspectos internos es decir lo que afectaba y se podía controlar internamente, en especial se centraban en el aspecto financiero de su empresa, ya que se buscaban simplemente la maximización de las utilidades. Esto podría ser porque que anteriormente el ambiente externo de las empresas era estable y hasta cierto punto predecible, un ejemplo de ello es la economía, era un factor se podría decir que estable y predecible mediante los estudios pertinentes pero no tenían que preocuparse por cambios bruscos al menos a corto plazo es por esto que los gerentes de las organizaciones no tenían que preocuparse por dichos factores

Pero en las últimas décadas el entorno empresarial tanto interno como externo se ha vuelto más complejo, inestable y poco predecible, además con la aplicación del enfoque sistémico a la administración de las empresas, el análisis del ambiente externo cobra una gran importancia. Y, ¿A que nos referimos como enfoque sistémico aplicado a la administración de empresas? El enfoque sistémico o también denominado como enfoque de sistema explica que los objetos y fenómenos no pueden ser aislados, es decir tiene que verse como una parte de un todo, como un conjunto de elementos que se encuentran en constante interacción (Lafuente, 1992).

Partiendo de esto y aplicándolo en el ámbito empresarial, la teoría de sistemas considera a las empresas como un sistema abierto.

El ambiente externo de las empresas se refieren a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que pueden influir en su desempeño, se forma por dos componentes llamados por diferentes autores de diferentes maneras, por ejemplo entorno específico o general , general o de tareas etc. En este artículo los llamaremos: Macroambiente y Microambiente (Robbins, et al, 2005).

“Las variables de la empresa que actúan sobre el entorno son múltiples y en varias ocasiones difíciles de prever. Dado que los altos mandos toman decisiones en su actividad normal que influyen sobre el futuro de la empresa, deben procurar comprender lo mejor posible los factores más influyentes y su evolución, según (Fernández, 2005)”.

MICRO ENTORNO

El Micro entorno, también conocido por diferentes autores como entorno específico, de acción directa o entorno inmediato, Se refiere a los aspectos que están directa y permanentemente relacionados con las empresas e influyen en las operaciones diarias de las mismas (Fernández, 2005)

Los más importantes e influyentes son, los clientes, proveedores, competidores, reguladores, entre otros. A continuación se describirán a grandes rasgos dichos sectores para poder comprender mejor el concepto de Micro entorno.

CLIENTES

También se le conoce como compradores y son personas o empresas que adquieren los bienes o servicios que ofrece la organización, se consideran en algunas empresas como la variable más importante ya que sin ellos la empresa no tendría ventas, es muy importante tratar de influir en los clientes a través del mercadeo y la divulgación de la información así como buscar una relación estable con los clientes y sus cambios en las preferencias para estar al día y que no busquen a los competidores.

Actualmente empresas con gran presencia en el mercado acuden a herramientas mercadológicas como las investigaciones de mercado. Para estudiar clientes y detectar clientes potenciales, con el fin de mantener o ampliar el nivel de ventas que permitan el crecimiento de las organizaciones.

PROVEEDORES

Toda organización compra insumos, ya sea materia prima, servicios, energía, equipo y mano de obra, y todo esto lo utiliza para elaborar sus productos o en su caso servicios. Lo que la organización adquiera e introduzca al proceso determina la calidad y precio de su producto final (Stoner, et al, 2006).

Los proveedores son todas aquellas organizaciones o personas que suministran los insumos necesarios para que una empresa produzca su bien o servicio. Estos insumos o recursos adquiridos como ya se mencionó afectan de manera directa la calidad, costo y plazo de entrega para cualquier bien o servicio.

Es importante mantener una buena relación con los proveedores ya que de ellos depende en cierta parte la calidad del producto o servicio de la organización y es menos probable que tenga un fallo si la relación empresa – proveedor es estable.

COMPETENCIA

Son todas aquellas organizaciones que producen y comercializan bienes o servicios, del mismo giro que la organización, satisfacen también las mismas necesidades del consumidor, y estas organizaciones son con las cuales la empresa compite por la obtención de clientes y consumidores reales y potenciales (Sánchez, 2010).

Víctor Barrios en su escrito del ambiente externo de las organizaciones nos dice que los competidores se pueden presentar en dos formas principalmente y nos explica brevemente con un ejemplo:

- La primera es la organización que produce o fabrica bienes o servicios similares a los de tu empresa. Por ejemplo, citando a las empresas de Coca Cola y Pepsi, son empresas dedicadas a producir una bebida similar y compiten por un mismo mercado.
- Y las organizaciones distintas que pueden influir en los intereses del cliente para modificar sus intenciones de compra. Un ejemplo pueden ser las nuevas Tablet que actualmente ya son una amenaza seria para empresas como Toshiba o HP dedicadas a la producción de Computadoras Portátiles (Barrios, 2011).

La competencia desencadena una forma diferente de hacer negocios y la forma en la que se aborda el mercado, es importante que la empresa tenga una estrategia fuerte para saber cómo no hundirse ante la competencia y siempre estar a la vanguardia de las nuevas herramientas mercadológicas que pueden apoyar para mantener y abordar al mercado así como estar al tanto de los gustos de los clientes para no perderlos, por otra parte el éxito o fracaso de los competidores determina también un ámbito importante para nuestra empresa ya que se pueden aprovechar dichas oportunidades para crecer o mantenerse en el mercado por ejemplo en benchmarking.

REGULADORES

Los reguladores son elementos que se encargan de controlar, legislar e influyen en las políticas de las organizaciones y otros aspectos. El grupo de reguladores se presenta principalmente de dos maneras:

- Organismos Reguladores: Son dependencias gubernamentales creadas para proteger al público de ciertas prácticas comerciales o a unas organizaciones de otras (Da Silva, 2002).
- Sindicatos o grupos de interés: Son uniones de los trabajadores de la organización las cuales tienen una influencia importante en las organizaciones, tienen como propósito proteger su área de trabajo.

Otro aspecto que no todos los autores toman en cuenta pero que realmente son importantes e influyen en las actividades internas de la empresa son sus socios estratégicos los cuales son organizaciones que trabajan juntas en forma de sociedad para facilitar la venta o distribución de bienes y servicios. A este fenómeno también se le conoce como alianzas estratégicas.

MACRO ENTORNO

El Macro entorno o también conocido como Entorno Específico o Entorno de Acción Directa se refiere a todos aquellos aspectos relacionados con el exterior de la empresa. Estudia elementos que son difíciles o imposibles de controlar por la organización, por lo que se debe tener conocimiento de ellos para aprovecharlos o en su defecto reducir su impacto.

Estos pueden ser los Factores Socio Culturales, Tecnología, Factores Económicos, Factores Político Legales, y Factores Globales (Hitt, 2006).

SOCIO CULTURALES

Son principalmente aspectos demográficos y aspectos culturales. Los aspectos demográficos abordan edad, nivel educativo, distribución geográfica y densidad de población y estos describen la composición de la población mientras que los aspectos culturales son todas las normas, costumbres y valores de la población en general.

“Cada nación tiene un sistema cultural y social que comprende determinadas creencias y valores.” (Da Silva, 2002)

Este pensamiento de Da Silva nos indica un comportamiento muy común en México ya que muchos empresarios al instalar nuevas plantas, no toman en cuenta que tenemos una cultura diferente y no cualquier herramienta o pensamiento de trabajo se adapta a la sociedad

Otro factor que puede entrar en esta parte es la percepción pública de la organización, ya que esta puede afectar en ventas negativamente o en su caso aumentarlas con la imagen positiva que la empresa genere, Las empresas pueden influir en la opinión pública mediante el uso de los profesionales de relaciones públicas para divulgar información estratégica, pero también es importante controlar la opinión pública.

FACTORES TECNOLÓGICOS

“Comprende el nivel de los avances científicos y tecnológicos en la sociedad, incluyendo la base física (plantas, equipo, servicios) y la base tecnológica de conocimientos” (Rodríguez, 2002).

Los cambios tecnológicos suelen darse directamente en los productos o en los procesos de producción.

Los cambios tecnológicos en los productos. Son todas aquellas modificaciones que sufre un producto directamente para obtener nuevas características y capacidades de nuevos productos existentes exitosos o productos nuevos.

Por otra parte los cambios tecnológicos en el proceso son las modificaciones en la forma en que se fabrican los productos o la forma de administrar la organización.

FACTORES ECONÓMICOS

“Condiciones y tendencias generales de la economía que pueden ser factores en las actividades de la organización”. (Finch, 1996)

Los cambios económicos en el mundo también pueden ser oportunidades o amenazas para las organizaciones; cuando la economía pasa por un buen momento, las empresas aprovechan la creciente demanda de productos o servicios para disponer de recursos que les permitan crecer o expandirse. De lo contrario cuando la economía pasa por una crisis, caso de las recesiones, la demanda disminuye aumentando el desempleo y disminuyendo las utilidades (Barrios, 2011).

También las organizaciones dependen mucho de las instituciones financieras, como lo son bancos comerciales o de inversión y compañías de seguros, por esto la economía es un factor que impacta de manera importante a la organización.

FACTORES POLÍTICO LEGALES

Constituyen un impacto importante en las organizaciones, ya que las regulaciones políticas al ser una serie de leyes y normas delimitan lo que las empresas pueden y no pueden hacer.

Un claro ejemplo de ello es que el gobierno marca diversas regulaciones en el desarrollo del producto, embalaje y transporte, los cuales juegan un papel importante en el costo de los productos o servicios y la capacidad para expandirte a nuevos mercados. Si el gobierno impone nuevas normas sobre cualquier aspecto relacionado con tu producto, esto puede aumentar tus costos unitarios y afectar tus márgenes de beneficio. Por otra parte también influyen las leyes internacionales ya que se crean procesos que la empresa debe seguir para llevar tus productos a los mercados extranjeros y poder expandirse.

Las nuevas leyes encaminadas a la protección del medio ambiente, representan una desventaja para aquellas empresas que contaminan en grandes cantidades, sin embargo, para algunas otras representan una oportunidad de negocio, ya que actualmente gran parte de la industria va enfocada al desarrollo de productos tecnológicos e innovadores que disminuyan el impacto ambiental.

Algunas otras leyes que afectan y que en muchas ocasiones las organizaciones buscan la forma de disminuir o evadir, son los impuestos establecidos por el gobierno federal, así como los salarios y derechos que benefician a los empleados que prestan sus servicios a diversas instituciones.

TIPOS DE CAMBIO

“Los anteriores factores o variables cambian de manera continua y de modo dinámico en forma independiente e interdependiente para crear tres tipos de cambio: Estacional, Cíclico y Estructural” (Rodríguez, 2002).

Otro aspecto importante que no todos los autores toman en cuenta dentro del entorno Macro entorno son los tipos de cambio que tienen las empresas.

- Cambio Estacional. Las empresas se ven afectadas por cambios estacionales los cuales son fáciles de predecir y superar si se encuentran bien preparadas. La industria del vestido es uno de los ejemplos más comunes, debido a que existen ciertas épocas del año en las cuales se oferta ropa dependiendo de la estación del año en la que se encuentren, sea ropa de invierno o ropa deportiva.

- Cambio Cíclico: Son causados principalmente por el crecimiento o decrecimiento de la economía que a su vez es causada por factores económicos a nivel global como la inflación, desempleo, tasas de interés, etc.

Este tipo de cambio se ve seriamente afectado en empresas maduras de bienes y servicios que ofrecen productos de alto costo como las industrias automotrices, en donde se deben aplicar fuertes estrategias de mercadotecnia para no disminuir su nivel de ventas.

- Cambio Estructural. Este tipo de cambio se presenta cuando una de las empresas que sirve de soporte o para el desarrollo de otra empresa, se ve impactada por un cambio cíclico o estacional, es decir, la demanda se ve afectada produciendo falta de materia prima a su cliente, generando una reacción en cadena (Barrios, 2011).

EVALUACIÓN O ANALISIS DEL AMBIENTE EXTERNO

PERFIL ESTRATÉGICO

Para realizar un análisis y evaluación del ambiente externo de la empresa primero se debe realizar un perfil estratégico para saber en dónde estamos posicionados y hacia dónde queremos ir, dicho esto partimos de determinar o si ya la tenemos analizar nuestra misión, visión, metas, giro, historia etc. Todo esto para saber si realmente lo que tenemos nos está llevando al lugar que queremos como empresa y si no adaptarlo a los objetivos actuales.

El perfil estratégico es una herramienta de diagnóstico para comparar la posición competitiva de las empresas con sus competidores. Es útil cuando se dispone de datos sobre los competidores, con objeto de establecer la posición competitiva

El perfil estratégico se elabora identificando los factores críticos, valorando dichos factores en relación con la competencia y representando el resultado de un gráfico, normalmente se realizan matrices de posición estratégica (Pérez, 1997).

ANALISIS FODA

“El análisis FODA se hace mediante la elaboración de una matriz de doble entrada: en el eje de las ordenadas se ubica el componente externos de la institución (amenazas y oportunidades) y en el eje de las abscisas se ubica el componente interno (debilidades y fortalezas). Identificados estos elementos externos e internos, luego de un análisis de confiabilidad, se pueden establecer unas líneas gruesas de carácter estratégico para la institución”. (Zambrano, 2006)

El análisis FODA es una de las herramientas más utilizadas para realizar la evaluación de entorno externo de las empresas sus iniciales significan: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

El contexto de las empresas debe ser analizado continuamente para visualizar con anticipación las oportunidades y amenazas que puedan presentarse, Es recomendable que sean identificadas en tiempo para poder reaccionar en forma eficiente (Boland, 2007).

CONCLUSIÓN

Las empresas funcionan como un sistema, esto significa que no se puede considerar como un ente único, en su proceso influyen distintos factores que afectan de manera directa o indirecta a la organización, estos factores se encuentran en su entorno interno y externo, en este artículo dividimos el entorno externo en 2 y les llamamos macro y micro ambiente.

Se observa la relación que tienen las empresas con el entorno macro y micro, entre los más importantes por mencionar en el micro ambiente están los proveedores, que son parte fundamental de las empresas y su participación en el sistema afecta directamente a el producto terminado tanto en costo como en calidad y en cierta parte puede ser controlado por la organización, por otra parte un factor que las empresas no pueden controlar y se considera en el macro ambiente es el gobierno y sus legislaciones, las organizaciones tienen que acatar las reglas así afecten o no a sus costos de producción. Con esto podemos ver que las empresas funcionan como un sistema y todos sus engranes son importantes así que no se deben perder de vista. Ya que estos factores, afectan en diferente forma a la organización y es aquí en donde el administrador debe analizar para anticiparse y visualizar los posibles cambios que pueda haber en su entorno, que permitan adaptarse y aprovecharse de la mejor manera

Se logró una clasificación más clara de todos aquellos factores que se consideran ajenos a la organización pero que pueden llegar a impactar de alguna forma a las empresas, ya sea de manera positiva o negativa y ahora se sabe que en la mayoría de los casos, éstos se pueden aprovechar y manejar, de manera que no impacten en gran medida a una organización

TEMA

METODOLOGÍA SUGERIDA PARA EL ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO DE LAS EMPRESAS MEDIANTE EL USO DE LA AUDITORIA ESTRATÉGICA.

OBJETIVOS

- Realizar un análisis de la situación actual de la empresa
- Analizar el entorno externo tanto en macro y micro
- Realizar periódicamente auditorias estratégicas
- Realizar una metodología mediante herramientas actuales para la realización de las sugerencias
- Mantener a la organización al día y compitiendo con las mejores empresas del giro

BIBLIOGRAFÍA

- Barrios, R. V. (30 de Noviembre de 2011). *Ambiente externo de las organizaciones*. Obtenido de Academia : http://www.academia.edu/8790218/Ambiente_externo_de_las_organizaciones_de
- Boland, L. (2007). *Funciones de la administración. Teoría y práctica*. Red de editoriales Universitarias Nacionales.
- Da Silva, R. (2002). *Teoría de la Administración*. México : Thompson .
- Fernández, E. (2005). *Introducción a la Gestión*. Valencia: España: Ed. Universidad Politécnica de Valencia.
- Finch, J. (1996). *Administración*. Pearson Educación.
- Hitt, M. (2006). *Administración*. México: Pearson Educación. .
- Lafuente, M. (1992). *Dirección estratégica y planificación financiera de la PYME*. Ediciones Díaz de los Santos .
- Pérez, M. J. (1997). *Estrategia gestión y habilidades directivas*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Robbins, Stephen, & Coulter. (2005). *Administración* (Octava ed.). México: Pearson Educación, México.
- Rodríguez, J. (2002). *Administración de Pequeñas y Mediana Empresas*. . México: Ed. Thomson .
- Sánchez Fernández, E. (2010). *Administración de empresas, un enfoque interdisciplinar* . Madrid : Paraninfo .
- Stoner, J., Freeman, & Gilbert, D. (2006). *Administración* (6ta ed.). Pearson, Prentice Hall.
- Zambrano, A. (2006). *Planificación Estratégica*. . Venezuela: Ed. Universidad Católica Andrés Bello.