

**EL AMBIENTE
EXTERNO DE LA
ORGANIZACIÓN Y
SU IMPORTANCIA
PARA LA TOMA
DE DECISIÓN ES**



ARTÍCULO

NIDIA RODRÍGUEZ MAZAHUA

Agradecimientos

El autor de este artículo agradece al Instituto Tecnológico de Orizaba máxima casa de estudios a la que le enorgullece pertenecer, al CONACYT por brindar los recursos para la realización de esta investigación , a la Maestría en Ingeniería Administrativa por el voto de confianza y al profesor Fernando Aguirre Y Hernández por la dedicación y compromiso por forjar talentos.

¡A Dios: Por la vida, la fuerza y el amor!

INDICE

Resumen	4
El ambiente externo de las organizaciones.....	5
Macroambiente y microambiente	6
El ambiente externo y el marketing de la empresa	8
El análisis DAFO como estrategia para la empresa.....	10
Matriz DAFO	11
Conclusión.....	13
Referencias bibliográficas	14

Resumen

Las organizaciones de las más complejas instituciones que ha creado el hombre, y actualmente se encuentran en un constante cambio y con el correr de los años se espera que evolucionen aun mas, las organizaciones varían tanto en tamaño como en estructura organizacional y en la tecnología que manejan para llevar a cabo sus procesos, ninguna organización es igual a la otra y esto conlleva a que sean muy complejas.

Todas las organizaciones se desarrollan dentro de un ambiente, Cuando se habla de medio ambiente se hace referencia a todo lo de que rodea a la empresa y se entiende como el conjunto de elementos que influyen de manera significativa en las operaciones cotidianas de la empresa y que pueden ser divididos en dos: Macroambiente y Microambiente.

El macroambiente está conformado por todas las condiciones implicadas en el ambiente externo de una organización y estas son: económicas, políticas, sociales, legales ambientales y tecnológicas

Por otro lado el microambiente está integrado por las organizaciones y personas con quienes se relaciona la empresa. Entre los principales se incluyen: clientes, proveedores, reguladores y los competidores.

La interacción tanto del macroambiente como del microambiente produce efectos diversos dentro de la organización y el saber afrontarlos forma parte de los retos que enfrentan en la actualidad.

El ambiente externo de las organizaciones

Las organizaciones son sin duda de las más complejas instituciones que ha creado el hombre, y actualmente se encuentran en un constante cambio y con el correr de los años se espera que evolucionen aun mas, las organizaciones varían tanto en tamaño como en estructura organizacional y en la tecnología que manejan para llevar a cabo sus procesos, ninguna organización es igual a la otra y esto conlleva a que sean muy complejas.

Una organización puede considerarse como un sistema abierto ya que esta en continua interacción con el ambiente y adquiere un equilibrio mientras realiza sus procesos cotidianos como las entradas de materia prima e insumos, la transformación de los mismos para darles valor y las salidas de los productos terminados.

Cuando se habla de ambiente se hace referencia a todo lo que rodea a la empresa y es el contexto en el que habita la misma; es pues, el conjunto de elementos que influyen de manera significativa en las operaciones cotidianas de la empresa y que pueden ser divididos en dos:

Macroambiente y Microambiente. (Chiavenato, 2011)

Macroambiente y Microambiente

Por un lado el macroambiente, se forma por todas las condiciones implicadas en el ambiente externo de una organización. En esta parte del ambiente se conforma un contexto general para ayudar a la toma de decisiones de la gerencia. Los principales factores del ambiente externo se enlistan a continuación:

1. **Condiciones Económicas:** las condiciones económicas se refieren al estado actual de la economía y se relacionan con inflación, ingresos, PIB¹, desempleo, etc.
2. **Condiciones Socio culturales:** hace referencia al estado general de los valores sociales como lo son : los derechos humanos , el medio ambiente natural, las orientaciones en educación y las instituciones sociales relacionadas con ella, así como los patrones demográficos, etc.
3. **Condiciones político-legales:** se refiere al estado general políticamente hablando y de los objetivos que ha establecido el partido que está en la gubernatura, además de las leyes y reglamentaciones gubernamentales que han entrado en vigor
4. **Condiciones tecnológicas:** estas se relacionan con el estado general del desarrollo y disponibilidad de la tecnología en el entorno, incluyendo los avances científicos que influyan en el ambiente.

¹ Producto Interno Bruto

5. - **Condiciones ecológicas:** se refieren al medio ambiente natural o físico y a la naturaleza y a las formas de salvaguardarlos.

“Estos factores conforman un campo dinámico de fuerzas intrínsecas que se cruzan, chocan se juntan, se oponen, se multiplican, se anulan y se potencian provocando acciones reacciones, inestabilidad, cambio y por consiguiente también incertidumbre y complejidad” (Chiavenato, 2011)

Por otro lado el microambiente está integrado por las organizaciones y personas con quienes se relaciona la empresa. Entre los principales se incluyen:

1. **Clientes:** está integrado por las personas o instituciones que compran los bienes o servicios que provee la organización.
2. **Proveedores:** se consideran los abastecedores específicos de la empresa, de información y financiamiento, como de la materia prima que la empresa necesita para operar.
3. **Competencia:** se refiere a las empresas específicas que ofertan bienes y servicios que son iguales o parecidos a los mismos grupos de consumidores o clientes.
4. **Reguladores:** son las agencias y representantes gubernamentales, a nivel local, estatal y nacional, que sancionan leyes y reglamentos que afectan las operaciones

de la empresa dentro de un país determinado.
(San, 2008)

El ambiente externo y el marketing de la empresa

El ambiente externo de una compañía involucra a todos los factores que se encuentran fuera de esta y que afectan las habilidades que tiene para funcionar, algunos de estos elementos pueden ser manipulados por la publicidad de la empresa mientras que otros requieren que la compañía se ajuste a ellos.

Estos factores se detallan a continuación:

Clientes: los clientes son los elementos externos que las compañías deben tratar de influenciar esto puede lograrse por medio de marketing o lanzamientos estratégicos pero lo verdaderamente importante es que se logre influir en ellos para adquirir los productos de la empresa.

En la actualidad el estudio de mercado es utilizado para analizar que tan efectivas son las campañas de marketing que una empresa lanza y determina que se podría mejorar en futuras campañas para incrementar las ventas.

Gobierno: las regulaciones que lleva a cabo el gobierno en productos desarrollados, empaques utilizados y formas de distribución repercuten de gran forma en las empresas más que nada en los costos de los negocios y en la capacidad que tiene la misma de penetrar en nuevos mercados.

Si el gobierno establece nuevas regulaciones en la forma de empacar los productos para su distribución esto podría incrementar los costos por unidad y afectar los márgenes de utilidad, aunado a lo anterior se debe tener en cuenta que muchos países establecen leyes que deben seguirse para poder poner los productos en sus mercados.

Economía: igual que sucede con la mayoría de los factores externos de la organización una compañía debe monitorear la economía y aprender cómo puede reaccionar ante ella.

La economía influye en cuantos productos se venden en el mercado, en cuanto dinero gasta una organización para hacer crecer sus negocios y qué clase de mercado meta debe perseguir.

Competencia

La competencia determina la forma en que realizan sus actividades de negocios las empresas y también como dirigen sus mercados meta, además de esta manera pueden elegir los mercados donde su competencia no está activa o competir directamente contra esta en el mismo mercado.

El éxito o fracaso en que se vea involucrada la competencia también determina los planes de marketing que la empresa debe seguir además si en dado caso un competidor renombrado decidiera no seguir en un mercado específico debido a las bajas en los ingresos entonces las empresas competidoras necesitarían ajustar sus formas de proceder para sacar ventaja de esto.

Opinión pública: Cada escándalo en el que pueda verse involucrada la empresa es pésimo para su imagen y puede hacer

perder ventas importantes o también una buena imagen puede generar altas ganancias .la empresa puede influir en la percepción que tiene el publico de la misma a través de relaciones publicas profesionales que saquen a La luz información estratégica sin embargo se debe estar monitoreando constantemente a la opinión pública para de esta manera poder apagar rumores que se estén generando antes de que sean perjudiciales para la empresa. (Root, 2016).

El análisis DAFO como estrategia para la empresa

Este análisis se refiere a un análisis de carácter estratégico que pretende establecer los puntos fuertes, las debilidades, las oportunidades y las amenazas de una organización. Esta compuesto por un doble análisis: interno (fortalezas y debilidades) y externo (amenazas y oportunidades).

Las fortalezas y debilidades son importantes debido a que pueden ayudar a entender la posición competitiva de una empresa en un entorno de negocio concreto.

Los puntos débiles de una empresa son los aspectos internos que se perciben como una desventaja comparativa frente a empresas competidoras.

Los puntos fuertes son aquellos aspectos positivos internos de la empresa que se traducen como una ventaja competitiva frente a empresas externas.

Las Oportunidades y Amenazas son vistas siempre como aspectos que dependen de la evolución del entorno, que

determinan la viabilidad del negocio y marcan una tendencia para los años próximos.

Las amenazas por otro lado son situaciones del entorno que si no se enfrentan, pueden llevar a la empresa a caer en peores situaciones y a ser menos competitiva.

Por último las oportunidades son situaciones del entorno que aprovechándolas pueden permitir mejorar la situación competitiva de la empresa.

Dentro de la matriz DAFO² se establecen 4 cuadrantes que reflejan las posibles estrategias a adoptar por la empresa:

Matriz DAFO

	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Oportunidades (O)	Estrategias ofensivas	Estrategias de reorientación
Amenazas (A)	Estrategias defensivas	Estrategias de supervivencia

² Debilidades ,Amenazas, Fortalezas, Oportunidades

Las estrategias de Fortalezas y Oportunidades (FO): para esta estrategia se utilizan las fortalezas internas de la empresa para aprovechar las ventajas de las oportunidades externas.

Estrategias de Debilidades y Oportunidades (DO): Se pretende superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades Externas.

Estrategias de Fortalezas y Amenazas (FA): Se aprovechan las fortalezas internas para evitar o reducir las Amenazas externas.

Estrategias de Debilidades y Amenazas (DA): Se intenta reducir las debilidades internas y evitar las amenazas externas.
(Montellano, 2006)

Conclusión

Las organizaciones interactúan dentro de un sistema ambiental que se rige por diferentes factores de carácter interno y externo y que afecta de manera indirecta o directa a la empresa , conocer estos factores y saber cómo hacerles frente es vital para el buen funcionamiento de una organización ya que solamente interesándose por el micro y macro entorno de una empresa se puede estar preparado y tener estrategias claras de que rumbo se debe tomar ante cualquier circunstancia y de esta manera crear programas empresariales para alcanzar el éxito .

Referencias bibliográficas

Chiavenato, I. (2011). *Administracion de recursos humanos*. M cGrawHill.

Montellano, A. Q. (2006). Economía y Administración de Empresas para Ingenieros : LA EMPRESA Y SU ENTORNO. *Universidad de Cantabria*.

Root, G. N. (2016). *smallbusiness*. Obtenido de smallbusiness:
<http://smallbusiness.chron.com/five-components-organizations-external-environment-17634.html>

San, I. (2008). *Temas de administracion de empresas agropecuarias*. Obtenido de Temas de administracion de empresas agropecuarias:
<http://admluisfernando.blogspot.mx/2008/03/el-medio-externo-como-factor.html>