

Introducción

Para que una empresa pueda llegar a ser exitosa ya no sólo es necesario competitiva y/o productiva, sino que ahora debe estar atenta a los diferentes cambios que se van dando en el entorno en el que se encuentra. Ya que mediante la anticipación de estos problemas va a poder saber cómo reaccionar ante alguna problemática sin que deje de ser competitiva

Es por ello que en éste artículo analizaremos cuáles son los factores que afectan de manera directa o indirecta a una empresa, de acuerdo al entorno en el que se esté desarrollando.

¿Qué es una empresa?

Las empresas se consideran como una entidad que integra un conjunto de elementos organizados y dirigidos para alcanzar una serie de objetivos mediante la realización de una determinada actividad económica. Sabiendo esto debemos tener en mente que las empresas son la base de nuestra economía, ya que producen servicios o productos que nos cubren ciertas necesidades, además de que proveen trabajo remunerado.

Funciones de la empresa

- Creación de valor: brindan servicios o productos que facilitan nuestra vida.
- Función social: proporcionan ingresos a los trabajadores para poder mantenerse.

Objetivos de la empresa

- **Máximo beneficio:** es la diferencia que existe entre ingresos y gastos, lo cual va a ayudar a que la empresa pueda sobrevivir.
- **Crecimiento:** incrementar su presencia en el mercado, a fin de posicionarse mejor.
- **Satisfacción de los clientes:** buscar que los clientes sean fieles a la marca a través de un buen servicio.
- **Calidad:** punto importante para poder mantener a los clientes, ya que hoy en día es un punto en el que las empresas ponen mucho énfasis.
- **Objetivos sociales:** las empresas deben también ponerse como meta cubrir necesidades importantes para la sociedad, como lo es el cuidar del medio ambiente.

¿Qué rodea a una empresa?

La empresa siempre está en una constante interacción con todo aquello que le rodea, lo que se me conoce como entorno empresarial. Para poder entender a una empresa es necesario saber cuál es su entorno, ya que tiene mucho que ver quién le brinda la materia prima, cuál es el apoyo que tiene por parte del gobierno, en dónde se encuentra ubicada, etc. (Robbins, 2004)

Procesos para el análisis del entorno:

Exploración: en esta etapa se necesita una análisis exhaustivo del entorno para poder predecir los cambios que se avecinan a la empresa. Si se hace una buena exploración del entorno anticipa los cambios y las tendencias antes de que se presenten inclusive en la competencia.

Vigilancia: en esta etapa, se rastrean los cambios que se han generado en el entorno, ya que en ocasiones estos cambios no son analizados en la exploración.

Inteligencia competitiva: en esta etapa se van a definir y comprender las características de la competencia, tanto sus fortalezas como sus debilidades.

Pronóstico: en las etapas anteriores se brinda y recolecta información para poder analizar el entorno, sin embargo, no son útiles si no son fiables. El pronosticar se refiere a realizar proyecciones hacia donde se dirige la empresa.

Niveles del entorno

Primer nivel: en este nivel se ubica la empresa.

Segundo nivel: este nivel está definido por el sector, lo cual propone un análisis de la competitividad.

Tercer nivel: está formado por las actividades empresariales (principales, de apoyo, de suministro, equipamiento)

Cuarto nivel: se refiere al ámbito geográfico.

- Condiciones de los factores: recursos disponibles en el área.
- Condiciones de la demanda: característica del mercado.
- Servicios conexos y de apoyo: proceso de innovación y perfeccionamiento.
- Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas: el grado de rivalidad aumenta el nivel competitivo.

Quinto nivel: se refiere al entorno global, en dónde se debe tomar en cuenta:

- Las condiciones económicas
- Tecnología

- Política y sociedad
- Hechos fortuito
- Actividad empresarial en otras áreas

Tipos de entorno

Entorno específico

Este tipo de entorno es aquel que va a afectar de forma cercana la empresa ya que contiene aspectos que le influyen de manera directa. Además de que el análisis de este entorno determina en dónde se va a ubicar la empresa. (Cabanelas, 1997)

Principales elementos del entorno específico:

- Proveedores: son aquellas personas o empresas que brindan las entradas para poder realizar un proceso.
- Clientes: son aquellos a quienes va dirigido ya sea el producto o servicio que la empresa brinda.
- Competidores: son aquellos que pueden brindar competencia a la empresa ya sea por la creación de algún producto similar o algún producto diferente en su totalidad.
- Entidades financieras: son aquellas que van a ayudar para la financiación de la empresa. La entidad financiera más común son los bancos.
- Administraciones públicas: en este punto se refieren a los convenios que puedan tener con el gobierno, específicamente con el ayuntamiento en donde se van a establecer.
- Mercado laboral: en este punto interfieren dos aspectos muy importantes; Los costes salariales y la cualificación.

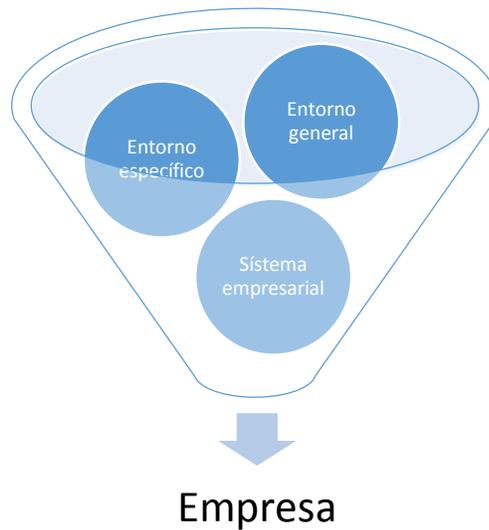
- Comunidad: este punto es muy importante chequea que interfiere la estructura social, el cuidado del medio ambiente y el estilo de vida que llevan en ella.

Entorno general

Este tipo de entorno no está tan directamente vinculado con la empresa sin embargo influye de manera importante. Por lo mismo este entorno es muy difícil de manipular ya que los elementos involucrados están fuera del alcance de la empresa. (Cabanelas, 1997)

Principales elementos del entorno general:

- Económicos: son aquellos que condicionan los gastos que tendrá la empresa.
- Tecnológicos: aquí se consideran aquellos avances técnicos que de alguna forma van a reducir costos debido a la facilitación del trabajo.
- Público/Legales: normas establecidas por la ley las cuales debe de cumplir la empresa, como por ejemplo impuestos, contratos, etc.
- Demográficos: son aquellos elementos que van a afectar a la ubicación de la empresa de acuerdo al mercado que se van a dirigir.
- Socioculturales: son aquellos que condicionan la forma en cómo se van a comportar las personas, lo cual trae como consecuencia la forma en como dirigen su consumo.
- Medioambientales: es aquí donde las empresas se preocupan por el impacto que pueden tener sobre el medio ambiente, tratando siempre de no crear daño alguno.



Cultura empresarial

Es aquella que está formada por un grupo de valores los cuales deben estar respaldados por sus integrantes. (Ansoff, 1985)

Elementos de la cultura empresarial

- Misión: este se refiere a la razón de ser de la empresa, también conocida como la filosofía empresarial.
- Valores: estas son características que deben de estar presentes en empresa y que de alguna forma intervienen de manera positiva en cada uno de los integrantes de la misma.
- Políticas: estas son las directrices que la empresa va a tomar para poder crear su propia identidad.

Imagen corporativa

Ésta va a ayudar en cuanto a la forma en como las personas van a ver a la empresa. La en forma en cómo va a transmitir esto se dará de dos formas:

- Espontánea: es aquella que se da de forma natural sólo por el hecho de estar presente dentro de una comunidad.
- Intencionada: es aquella que se da gracias a una campaña de publicidad.

Aquí es donde toma un gran valor la difusión, ya que no importa si la empresa tiene una imagen integra, si nadie ha escuchado de ella no servirá de nada.

¿Cómo influye la empresa en su entorno?

La relación que se tiene de la empresa con su entorno va a tener dos enfoques, el primero se refiere la forma en como la empresa en el entorno y otra es como el entorno va a influir en la empresa, ya que dependiendo del tamaño de la empresa va a ser el efecto que tenga dentro del entorno. (Daft, 2005)

Responsabilidad social

Hoy en día las empresa se han preocupado más por la huella que puedan dejar en la sociedad, es por ello que se esfuerzan por conocer la importancia y el efecto de la responsabilidad social.

Etapas de implantación:

- Cumplimiento de la ley: las empresas se preocupan por cumplir las obligaciones legales.
- Reacción a las demandas de la sociedad: las empresas se esfuerzan por atender las inquietudes y necesidades de sus clientes en cuanto a

responsabilidad social, ya que esto las posicionará como una empresa comprometida y responsable.

- Conciencia social: introducen en sus valores y visión, todo lo relacionado a la responsabilidad social, a fin de crear un vínculo de convencimiento.

Responsabilidad medioambiental

Cómo es bien sabido, la gran mayoría de las empresas genera cierto nivel perjudicial para el medio ambiente es por ello que las empresas se han ocupado en realizar actividades en las que promuevan una educación ambiental, por ejemplo el sembrar árboles. Esto cada día toma mayor importancia ya que algunas instancias gubernamentales han creado leyes a favor del medio ambiente, promoviendo así en las empresas una cultura verde.

Balance social

Esta es una herramienta de la gestión empresarial la cual nos va ayudar a poder evaluar tanto de forma cualitativa como cuantitativa cuáles son los beneficios y costes sociales que genera la empresa. Este tipo de técnicas se realiza de forma voluntaria y a pesar de ello son muchas las empresas que se han comprometido a realizar este tipo de técnicas, ya que esto trae consigo una buena imagen ante la sociedad.

<i>Beneficios sociales</i>	<i>Costes sociales</i>
<i>Creación de puestos de trabajo</i>	Contaminación medioambiental
<i>Creación de riqueza</i>	Destrucción de recursos medioambientales
<i>Donaciones a proyectos sociales</i>	Enfermedades profesionales
<i>Actividades empresariales que reducen costes sociales</i>	Dificultad para conciliar la vida laboral y familiar

Conclusión

Sin duda alguna, las empresas deben estar siempre en una estrecha relación con su entorno, ya que de esto dependerá el éxito que llegue a tener.

Cómo pudimos observar, existen una gran cantidad de factores que pueden afectar al desarrollo de una empresa. De igual forma vimos lo importante que es realizar un análisis de las condiciones en las que va estar trabajando la empresa.

Una empresa que tenga un verdadero conocimiento del entorno en el que se encuentra tendrá una ventaja muy grande ante la competencia, ya que podrá responder de la mejor manera a las situaciones adversas que se presenten.

Bibliografía

- Daft, R. (2005). Teoría y diseño organizacional. México: Thomson.
- Robbins, S. (2004). Comportamiento organizacional. México: Pearson Educación.
- Cabanelas, J. (1997), Dirección de empresas: Bases en un entorno abierto y dinámico. México: Pirámide.
- Ansoff, H. (1985), La dirección y su actitud ante el entorno, Deusto, España