

Instituto Tecnológico de Orizaba

Maestría en Ingeniería Administrativa.

Catedrático: Dr. Fernando Aguirre y Hernández

Alumno: Joab Abisaí Pérez Huerta

Tema: Lo que rodea a mi organización.

Introducción.

Una empresa, al igual que una persona, necesita interactuar con sus semejantes para poder salir adelante y cumplir con los objetivos que se ha trazado, si una persona, quisiera vivir de manera aislada totalmente, muy difícilmente podría alcanzar sus metas o sobrevivir, en la mayoría de las veces, de una o de otra forma necesita de un agente externo que pueda cubrir las necesidades que se le puedan ir presentando. De igual forma para una empresa, o una organización en general, sería muy difícil y complicado, el poder sobrevivir en el mercado, si decide trabajar de forma aislada, siempre es necesario que interactúe con su medio externo que le rodea.

Es por ello, que se ha resaltado la necesidad de saber cómo interactuar con ese medio externo que le rodea, partiendo de ideas más básicas, tales como conocer el entorno interno que la empresa u organización tienen, y entender el medio externo que le rodea en su totalidad. Para poder trabajar de forma correcta con los agentes o factores del ambiente externo, es necesario primero comprender, ¿Qué es el medio externo? Y ¿Cuál es la importancia verdadera, de actuar de forma correcta con éste? Una de las premisas más importantes es la de tener canales de información estables, precisos y claros, que le permita a una organización o empresa, poder recibir información del medio que le rodea, y de igual forma, poder transmitir ideas, conocimientos, deseos, metas e información en general, que

pueda permitir a su entorno, conocer su situación real, y que en base a ello, se puedan tomar decisiones certeras que puedan favorecer su crecimiento o desarrollo.

Y con esto en mente, se busca comprender y dar a conocer, la importancia que tienen los sistemas de comunicación que existen entre una empresa y su entorno o su medio ambiente empresarial así como con el mercado, y para ello, se tienen que tener bases firmes, sobre el conocimiento del medio interno y externo de una organización y todos los factores y elementos específicos que intervienen en esta relación.

Lo que rodea a la empresa.

Según Evan (1976) Las empresas u organizaciones se constituyen como sistemas abiertos a los cuales les es necesario mantener cierto equilibrio entre los factores que influyen provenientes del mundo exterior, tales como demanda de producto, características y exigencias del mercado, situaciones globales, etc. Y los factores internos que se manejan, tales como producción, objetivos, metas, satisfacción de los trabajadores, productividad. La cultura que hay dentro de una empresa por naturaleza cambia como respuesta de las transformaciones que se pueden llegar a presentar dentro de la misma, en sus recursos o en su entorno. Por ello, para poder comprender la cultura organizacional que existe en una empresa o industria, es necesario tener en cuenta los factores que intervienen en su contexto laboral, es decir, cuales son los elementos que se relacionan con el producto o servicio que ofrecen y cuál es el papel de la organización interna, en los procesos que se siguen para alcanzar los objetivos establecidos.

Una empresa, de cualquier clase, tiene en todo momento un proceso comunicativo con su entorno, y de este flujo de información en ambos sentidos, depende en su totalidad, la permanencia y el crecimiento que la empresa pueda llegar a tener dentro del mercado en el cual compite. Se puede definir al entorno de una empresa, como todos los factores y elementos fuera de los límites de la empresa, o visto desde otro enfoque, es el conjunto de factores que tienen el poder para

modificar o alterar a una organización, sin pertenecer a ésta. Sin duda existen muchos y muy variados tipos de entornos, pero para poder saber cómo interactuar, es necesario conocer, como se maneja la empresa internamente, cuáles son sus sistemas de administración y cuál es la forma en la cual se maneja o interactúa con un entorno, cualquiera que fuera éste.

Kreitner y Kinicki (1997) mencionan que los factores que rodean a una empresa están en constante cambio, volviéndose un elemento complejo, dinámico e interrelacionado, que dicta la manera en la cual una organización debe moverse, buscando siempre adaptarse al cambio, para poder sobrevivir y mantenerse en el mercado y por ello proponen una ideología llamada “cultura adaptiva” un concepto muy ligado a la capacidad que tiene la empresa para poder satisfacer las demandas que sus clientes le exige, sin perder de vista el cumplimiento de los objetivos que tienen propuestos.

El entorno externo de una organización.

Peiró (1990) define el entorno externo de una empresa, como el conjunto de todas las personas, grupos, organizaciones, elementos físicos o sociales, con los que una organización intercambia sus entradas o sus salidas. Con esta definición, se puede englobar a todas las organizaciones que interactúan con una empresa, pueden ser sus proveedores, sus clientes, empresas que trabajan en conjunto, distribuidores, etc. El análisis que se realiza del entorno en el cual se desenvuelve una organización, es una actividad básica para la planificación estratégica de la organización.

El poder comprender el entorno externo de una organización, favorece el intercambio de información y recursos que permitirá a la empresa, elaborar productos tangibles o servicios que puedan cubrir las demandas de sus clientes. En este enfoque, se puede mencionar que el entorno se puede utilizar para:

- Mejorar el acceso al mercado y a los recursos que se tienen.
 1. Creando las condiciones que mejoren las actividades socioeconómicas.
 2. Cubrir de mejor forma las exigencias de los clientes.

3. Mejorar los canales de comunicación internos y externos.
 4. Fomentar la responsabilidad, la colaboración y la búsqueda de la excelencia.
- Establecer los parámetros en los cuales se realizan las actividades.
1. Establecer los marcos político, económico, social y cultural.
 2. Establecer los límites en los cuales se actuará dentro del mercado.
 3. Determinar presupuestos, costos funcionales, etc.

Para poder realizar un análisis del entorno en el cual se ven involucrados, la empresa y su entorno externo, se pueden seguir ciertas metodologías que permiten observar de forma clara cuales son los factores que intervienen y que pueden afectar positiva o negativamente el accionar de la empresa, con el objetivo de tomar decisiones certeras que favorezcan aspectos tales como:

- La detección de área de oportunidad que se tengan, o las posibles amenazas que se pueden presentar en el entorno (Competitividad)
- Identificar a tiempo cuales son los cambios o las tendencias que el mercado tiene, para poder establecer estrategias o herramientas que faciliten el proceso de adaptación.
- Innovar los procesos, estrategias o metodologías que se siguen, que puedan favorecer a generar un valor diferencial.

Elementos que componen el entorno externo.

Existen principalmente dos clasificaciones de los factores que están en contacto con una empresa, sin pertenecer a la misma, pero que de uno u otro modo, tienen la capacidad de afectar o alterar los aspectos de una empresa. Principalmente se clasifican como:

- **Entorno general o macroentorno.**

Definido como los factores del mercado o de la sociedad en general en donde se verán reflejadas las acciones de la organización. Sin duda puede llegar a afectarla,

pero en esta clasificación, la influencia que ejercen estos elementos es muy limitada.

El autor Jackson y Shuler, presentan algunos de los elementos más representativos del macroentorno:

Políticos.- Se relaciona con los sistemas institucionales que se encuentran vinculados con la ideología, estabilidad política, relaciones internacionales y procesos de la alta dirección de la empresa.

Legales.- Las dependencias gubernamentales, instituciones públicas u organismos de certificación, que tienen a su cargo regulaciones jurídicas fiscales, mercantiles, laborales, etc.

Sociales.- El pueblo, o pueblos que se van a ver involucrados directamente por las actividades de la empresa, se toman en cuenta características tales como la demografía, la organización social, y elementos del público en general.

Culturales.- Son los elementos relacionados a la forma en la cual se expresan las creencias, valores o estilos de vida.

Sindical.- La agrupación de trabajadores, que permite laborar bajo normativas establecidas, y que permitirá de una forma más rápida ponerse en contacto con los trabajadores y el entorno interno.

Económicos.- La forma en la cual la sociedad está organizada, y que permite el adaptar procesos de producción, distribución, y dinámica económica. Se deben de tomar en cuenta factores como la situación del mercado de trabajo o la infraestructura existente en la ubicación.

Tecnológicos.- El contacto que se tenga con las TICs y los medios técnicos, para poder modernizar y actualizar los procesos o implementar avances tecnológicos, que involucren a la empresa, en cualquiera de sus ámbitos.

- **Entorno específico o microentorno.**

Son los factores cercanos a la organización, que tiene la capacidad de influir en la forma en la cual se cubren las necesidades de la clientela, de este modo, la empresa puede tener gran influencia en ellos, pero nunca los va a poder controlar en su totalidad.

Clientes.- Los usuarios finales de los productos tangibles o los servicios que la empresa oferta, los beneficiarios actuales y potenciales, que se relacionan directamente con el mercado de operaciones (tamaño, crecimiento, demanda, distribución, etc.)

Proveedores.- Aquellas personas u organizaciones encargadas de suministrar los productos o las materias primas necesarias para la actividad de la empresa, lo cual se ve relacionando con el tiempo de distribución, almacenaje, estrategia de producción, que se desea seguir o implementar.

Alianzas y colaboradores.- Entidades con las cuales una empresa se puede asociar, para mejorar el servicio al cliente, o facilitar la producción de un bien tangible o de un servicio. Se relaciona en gran medida con las estrategias de tercerización del trabajo, que permite mejorar la disposición de recursos, productos, servicios y que permite mejorar la forma en la cual se toman decisiones.

Mercadotecnia.- Los procesos de comunicación son una base fundamental, para poder realizar cualquier actividad dentro de la empresa, o actividades en las cuales se dará a conocer al público en generar la imagen que la organización desea proyectar. Los circuitos de información siempre están presentes y se hace énfasis en la importancia de los medios de comunicación.

Competencia.- Las empresas competidoras, a las cuales se enfrenta la organización, mostrando los resultados tangibles en la forma de conseguir clientes, y que sin duda se vuelve un punto de referencia para determinar elementos tales como, costos, calidad, imagen, productos o servicios, que la empresa oferte al mercado.

Círculos de pertenencia.

Aplicando la teoría de conjuntos que existe en mundo matemático, se puede ver a la organización a la empresa, como un cuerpo único, ejemplificado por un círculo, el cual se encuentra dentro de otro círculo de mayor tamaño, al cual se denominará como “entorno específico”, y este a su vez, se encontrará dentro de otro círculo de mayor tamaño llamado “entorno general” todos pertenecientes al universo “S” (Figura 1). De esta manera se puede comprender de mejor forma la cantidad de personas, empresas y organizaciones que rodean a la empresa, y que se encuentran en interacción directa con ella. De ahí que se puede hacer mención de la definición de un sistema empresaria:

“Conjunto de elementos (subsistemas) relacionados entre sí y con su entorno, encaminados a cumplir con una serie de objetivos”



Figura 1. Representación de los entornos que rodean la empresa.

Son numerosos y muy variados los subsistemas que conforman el sistema empresarial, sin embargo se pueden destacar algunos de mayor importancia, tales como el de producción, el financiero, el comercial y el del recurso humano. Cada uno de estos se relaciona en mayor o menos medida, dependiendo el tipo de

empresa de la que se trate, pero en general, se deben de tomar en cuenta para poder elaborar o diseñar proyectos empresariales, así como los objetivos que se desean cumplir.

Por ello en el entorno específico, se encuentran los elementos tales como proveedores, clientes, entidades financieras, las administraciones públicas, el mercado laboral y la comunidad en general, pues son los subsistemas que se encuentran altamente relacionados con la empresa, y que tienen la capacidad de generar un cambio en ésta.

En el caso de las entidades financieras, se puede mencionar que las más comunes son bancos, quienes puedes realizar acciones de préstamo de dinero en relación con un interés dado. Este elemento se vuelve fundamental para empresas grandes, que necesitan manejar grandes cantidades de dinero o de transacciones con otros organismos, de tal forma que facilita y vuelve más seguro la realización de éstos.

Elementos o factores internos.

Sin duda todos estos elementos, personas u organizaciones que se relacionan con la empresa, tienen un alto grado de impacto en las acciones que se realizan, sin embargo, para poder comprender de mejor forma las relaciones que existen entre estos organismos y la empresa, es necesario tener en cuenta y comprender, la importancia que tiene, un correcto flujo de información dentro de la empresa. Esta importancia recae en que las relaciones que tiene la empresa con el entorno que le rodea, dependerá de forma total de las relaciones que existen dentro de ella, entre sus colaboradores, trabajadores o departamentos.

La cultura empresarial, es un factor decisivo en la forma en la cual se dirige y administra una empresa, pues así como una sociedad entera puede tener y desarrollar una cultura propia que influye a cada uno de sus miembros, de igual manera se puede presentar este elemento dentro de la organización. Se puede decir que la cultura empresarial se encuentra formada por el conjunto de valores compartidos, y que es necesario que cada uno de los colaboradores, los ponga en

práctica. Esta cultura tiene una gran influencia en el actuar diario de la empresa y de su personal, desde la comunicación que existe entre las personas o departamentos hasta la forma en la cual, se proyecta una imagen hacia el mercado y la sociedad en general.

Existen muchos tipos de culturas empresariales, algunas se contraponen, sin embargo cada una de ellas presenta en distinta forma, ventajas o desventajas, por las cuales se presentan los movimientos en el mercado actual. Algunos ejemplos de estas culturas son:

- Flexible o Rígida.
- Orientada al cliente u Orientada al producto
- Autoritaria o Participativa
- Abierta o Cerrada
- Innovadora o Conservadora.

Algunos de los elementos que componen a la cultura empresarial son:

Misión.- Que dicta o especifica el propósito último al cual está enfocado el movimiento de la empresa, o en general, su razón de ser.

Valores.- Son las cualidades que se encuentran presentes en el funcionar de la empresa, y que influyen en un alto grado la conducta de todos los miembros que perteneces a ella.

Políticas.- Son las líneas de acción, por medio de las cuales la empresa puede definir su identidad.

Imagen corporativa.

Por último se encuentra la imagen corporativa, que es un elemento altamente relacionado con la cultura empresarial, pues contribuye a la forma en la cual el público percibe a la empresa, generando en él, un sentimiento de aceptación o rechazo.

Esta imagen se puede crear y transmitir de dos formas:

Esponánea.- Pues se presenta de forma natural por la actuación de la empresa en público, el cual le observa en todos sus aspectos, y por diferentes organismos, tales como clientes, proveedores, empleados, etc. Y esta imagen se difunde de forma rápida por toda la comunidad.

Intencionada.- Mediante campañas organizadas de planificación, es decir, principalmente desarrollada e implementada por el departamento de mercadotecnia.

Conclusión.

La relación que tiene una empresa con el entorno que le rodea, se ve influenciado en gran manera, por la forma en la cual se dirija y actúe por sí sola, en relación a las personas que trabajan en ella, la calidad del flujo de información o comunicación que se tenga entre personas o departamentos. Pues entre mejor se presenten estos elementos dentro de la empresa, se podrá interactuar de mejor forma con los entornos externos que rodean a la organización.

Los elementos más importantes, y en los cuales se deben de enfocar los esfuerzos de la empresa, son los medios de comunicación, que permitan un flujo claro y preciso de la información o los datos que deben de darse a conocer a los clientes, proveedores, usuarios o público en general. La cultura organización que debe existir dentro de la empresa, que le permita a ésta proyectar una imagen positiva al mercado y a la comunidad. La dirección y administración de la organización, que favorezca la forma en la cual se toman decisiones o se plantean proyectos u objetivos, pues como se dijo desde un inicio, la empresa no puede alcanzarlos por sí sola, tiene que apoyarse en otros organismos o personas, y entre mejor sea la relación con éstos, alcanzar los objetivos establecidos se facilitará en gran medida.

Propuesta de tesis.

Implementar un análisis que permita determinar cuáles son los factores que afectan en mayor porcentaje la relación entre una empresa local y su entorno externo.

Objetivo.

Identificar los elementos o factores que influyen en mayor grado, la relación de una empresa de la ciudad de Orizaba y entorno externo, en base a su entorno interno.

Agradecimientos.

Agradecimiento especial al Instituto Tecnológico de Orizaba, al profesor Dr. Fernando Aguirre y Hernández, quien imparte la materia de Fundamentos de la Ingeniería Administrativa, por todos los conocimientos que comparte con sus alumnos y a la Maestría en Ingeniería Administrativa que promueve la cultura del aprendizaje. Así como agradecer al CONACYT por el apoyo brindado y por las áreas de oportunidad que genera, con sus distintos programas a los estudiantes del Posgrado.

Bibliografía.

Rosa Marina López-Calleja Serrano. (1995). Administración: Responsabilidad social y ética. Costa Rica: UNED.

Febles Acosta, J. Oreja Rodríguez, J.R. (2008). Factores externos e internos determinantes de la orientación de las culturas estratégicas de las empresas. España: Investigaciones Europeas.

Muñoz Abraham. (2014, Mayo 13). Análisis del ambiente externo de una organización. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/analisis-del-ambiente-externo-de-una-organizacion/>

Rojas Gutiérrez Keila Yeritze. (2016, Febrero 22). Ambiente externo de las organizaciones y competitividad empresarial. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-organizaciones-competitividad-empresarial/>