

---



# Bloque 2

---

**ENFOQUE DE LOS NEGOCIOS  
LOS AMBIENTES DE LAS ORGANIZACIONES**

---

## Bloque 2

II: Enfoque de los negocios

III: Los ambientes de las organizaciones

### A. PRESENTACIÓN

#### *¿Qué es una empresa?*

Para una aplicación acertada de la administración se debe comenzar por definir qué es una empresa y los diferentes tipos que existen, puesto que no se puede gestionar los recursos de un ente económico y social sin antes definir e identificar a los mismos.

Las empresas sufren cambios constantes durante su ciclo de vida, debido a los ambientes que las rodean. Por lo que el administrador tiene que conocer las causas y el control de estos ambientes, porque así tendrá una mejor visión de los fenómenos que se derivan dentro y fuera de la organización.

Te invito a revisar el siguiente video introductorio: <http://youtu.be/DbIBkuOzOc4>

### B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El estudiante:

- Analizará el concepto de empresa y su clasificación para emplear los términos adecuados en la asignatura de Proceso Administrativo.
- Comprenderá la trascendencia de la operatividad de las empresas dentro de la sociedad para tener un contexto amplio de la función administrativa.
- Explicará el alcance de la globalización para tener la claridad en las repercusiones en el ámbito empresarial.

## C. TEMAS, SUBTEMAS Y LECTURAS PRINCIPALES

### II. ENFOQUE DE LOS NEGOCIOS

#### II.1 La empresa

#### ¿Qué es una empresa?

Las empresas son entidades públicas o privadas, con o sin fines de lucro dedicadas a prestar un servicio, o bien, a ofertar un producto. Existen distintos lineamientos que debes conocer y seguir al pie de la letra.

Lectura:

Definición de Empresa, según:

- ▶ La Real Academia de la Lengua Española (2010, s/p) define una empresa como la “unidad de organización dedicada actividades industriales, mercantiles o de presentación de servicios con fines lucrativos”, así como el “lugar en el que se realizan estas actividades”

Tomando como base las definiciones anteriores podemos concluir que la empresa es una entidad que por medio de recursos técnicos, materiales, humanos y económicos, produce bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades sociales y así obtener un beneficio económico.

**II.2** Clasificación de las empresas

**¿Cómo se clasifica una empresa?**

**Lectura:**

Las empresas son entidades públicas o privadas, con o sin fines de lucro dedicadas a prestar un servicio o bien a ofertar un producto, de acuerdo a esta clasificación existen distintos lineamientos los cuales deben conocer y seguir al pie de la letra.

- ✓ Por su tamaño o número de empleados. Las empresas se clasifican en micro empresas que van desde un empleado hasta los 10; en pequeñas: las cuales cuentan con más de 10 empleados y hasta los 100; medianas: entre los 100 y 250 empleados; y las grandes empresas con un número mayor de 250 empleados.
- ✓ La clasificación de las empresas según su giro o actividad puede ser de manufactura de productos, venta de servicios o bienes, manejo de la tierra o agrícola.
- ✓ Por último las empresas se deben de clasificar por el régimen jurídico bajo el cual fueron constituidas, esta clasificación es sumamente importante debido a que marca en gran parte las decisiones que el administrador debe tomar para un adecuado manejo de la misma.

Sociedad Mercantil	Características
SOCIEDAD EN NOMBRE COLECTIVO	Todos los socios tienen obligaciones sociales y responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidaria.
SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE	Es aquella sociedad comercial formada por dos clases de socios: colectivos y comanditarios.
SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Cada uno de los socios aporta un capital de inversión en partes iguales, aunque no responden por las deudas sociales.

SOCIEDAD ANONIMA	Es aquella en donde los socios se limitan a pagar sus acciones.
SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES	Es uno o varios socios comanditados que sólo responden a las obligaciones sociales.
SOCIEDAD COOPERATIVA	Es la formación de varias personas para hacer funcionar una empresa y en donde los intereses de grupo están por encima de los particulares.

### II.3 La responsabilidad social y ética de las empresas

#### ¿Cuál es la responsabilidad social y ética de las empresas?

La responsabilidad social, la ética empresarial y la cultura corporativa son elementos que deben ser inherentes a la empresa, pero desafortunadamente muchas en su afán de crecimiento las han olvidado, por lo que cualquier administrador debe generar inquietud y compromiso por estos temas.

Lectura:

Las empresas en la actualidad tienen una manera nueva de llevar a cabo sus negocios, en donde es responsable social y ética de sus operaciones, y que sean sustentables en lo económico, social y ambiental.

La responsabilidad social hace que exista un compromiso con el medio, la sociedad y el equilibrio económico, independientemente de cuál sea su área geográfica, la nacionalidad y el bien que produzca.

La responsabilidad se puede entender como el compromiso que tienen las empresas con la sociedad, en lo que se refiere al respeto por el ambiente y no generar contaminantes o devastar con zonas naturales. Así, cada compañía tiene sus valores éticos que se transmiten por el bien de la comunidad.

Los cambios generados por la globalización y el surgimiento acelerado de herramientas tecnológicas, han forzado a las empresas actuales a permanecer pendientes en otras esferas de su ambiente global, que no sea exclusivamente la parte económica; por tanto, el respeto y cumplimiento de la ética empresarial hacia la

sociedad, es hoy en día un elemento básico para la existencia de muchos mercados industriales y comerciales, de no ser así su expulsión del mercado sería automática.

#### II.4 La cultura corporativa

##### ***¿En qué consiste la cultura corporativa?***

La cultura corporativa debería de ser la naturaleza de cada una de las empresas, sin embargo, la ambición de muchas de ellas por aumentar sus ganancias o por su crecimiento han dejado de lado este elemento.

Cualquier individuo, empresario, administrador, contador; entre otros, pertenece a un grupo en donde se manejan actitudes, acciones y valores que la distinguen de otras y le proporcionan una identidad única.

La cultura corporativa consiste en crear una red de valores e identidad empresarial, en donde cada integrante de la organización actúe bajo los mismos términos.

Dentro de los principales objetivos que cumple la cultura corporativa está el generar una identidad de la empresa, porque será aquello que la distinga de todos los demás entes, además de crear un compromiso colectivo y estabilidad interna. El éxito o fracaso de la empresa está relacionado con el establecimiento y desarrollo de su cultura.

*El informe, Workforce 2020, del Hudson Institute, afirma que: El resto del mundo importa a un grado nunca antes visto. Los directivos están descubriendo la verdad en esto no sólo en términos económicos o cuestiones de recursos humanos, sino también en términos de los valores culturales y éticos. Las organizaciones que operan en las diferentes áreas del mundo, ha tenido muchos problemas debido a los distintos factores culturales y de mercado que deben enfrentar. La mayor complejidad del entorno y del dominio organizacional crea un mayor potencial para los problemas éticos o los malos entendidos (Daft, 2007, p.358)*

## II.5 La competitividad

### **¿Qué ventajas ofrecer ser una empresa competitiva?**

Una empresa es competitiva en la medida en la que puede ofertar sus productos a menor precio y aún así obtiene una rentabilidad o beneficio sobre el mismo; debido a que sus técnicas de producción se vuelven más efectivas y logran precios competitivos por parte de los proveedores.

La competitividad de una empresa no sólo se mide por el nivel de precios de sus productos, puede ser que el precio no sea tan competitivo, pero la imagen, prestigio y calidad si lo sean; logrando con esto colocarse como líderes dentro del mercado. Hoy en día existen empresas que lo han logrado en todos los sentidos, precio, imagen, calidad y logística.

## II.6 Los negocios internacionales y la globalización

### **¿Cuáles son los beneficios de los negocios internacionales?**

Es fundamental incursionar en el mercado internacional en un mundo globalizante; para lograr el posicionamiento mundial es necesario contar con elementos que permitan ser competitivos.

Lectura:

En un mundo donde la globalización ha rebasado a muchas organizaciones, es fundamental incursionar en mercado internacional pero, para lograr un posicionamiento internacional es necesario contar con ciertos elementos que le permitan ser competitivos.

Todos los movimientos, transacciones o negociaciones en donde se vean involucrados más de dos países, son considerados como negocios internacionales (importaciones, exportaciones, financiaciones, inversiones).

Este tipo de negociaciones obliga al mundo empresarial a realizar operaciones de mayor calidad y competitividad, convencer a un país de que los productos son los mejores; No es una tarea fácil cuando no es

---

tu país, ni tu lengua, ni tu cultura. Los negocios internacionales han generado un estilo nuevo, innovador y vanguardista de hacer negocios.

Existen tres líneas de acción que las empresas pueden tomar ante la globalización: cambiar el entorno, buscar modificaciones sustanciales que les permitan entrar a los nuevos mercados, adaptarse sin poner resistencia a los cambios o desaparecer.

### III. LOS AMBIENTES DE LAS ORGANIZACIONES

#### III.1 Naturaleza de las organizaciones

##### **¿Por qué se habla de la naturaleza de las organizaciones?**

Las empresas como se ha analizado en las lecturas anteriores son entes sociales abiertos que pueden tener influencias internas, externas, micro y globales que las lleven a la modificación sustancial de sus operaciones.

Por ello es importante considerar una serie de factores macro y microeconómicos inherentes a ella, los cuales pueden o no estar directamente relacionados con su naturaleza, pero si incurrir en su funcionamiento.

#### III.2 El ambiente macroeconómico

##### **¿A qué se refiere con ambiente macroeconómico?**

Se puede definir el ambiente de una organización o empresa, como todos aquellos factores que se encuentran involucrados con ella y pueden o no ser controlados por la misma.

El ambiente macroeconómico se encuentra constituido por todos aquellos factores no controlables por la empresa, sus acciones se generan fuera de sus instalaciones y algunas veces hasta fuera del mercado al que pertenece, sin embargo, logran influir en sus decisiones debido a que generan cambios trascendentales.

El macroambiente tiene influencia directa en la organización y existe de manera independiente. Sin embargo, la empresa no tiene influencia ni capacidad de cambiarlo. Dentro de este se encuentran incluidos los cambios sociales, culturales, innovaciones tecnológicas, reformas político-legales y fenómenos ambientales.



### III.3 El ambiente microeconómico

#### ¿Qué es la microeconomía?

Las empresas pueden tener diferentes enfoques, por lo que es importante considerar una serie de factores macro y microeconómicos inherentes a ella, los cuales pueden o no estar directamente relacionados con su naturaleza, pero sin incurrir en su funcionamiento

Lectura:

Los factores que conforman el ambiente microeconómico tienen una relación directa con la empresa; proveedores, competidores, intermediarios, consumidores finales. Por lo tanto, en este caso la empresa si tienen una injerencia directa sobre ellos por lo que puede modificarlos de acuerdo a sus necesidades y expectativas.

Si un proveedor decide subir sus precios en el mercado, sus clientes tienen la capacidad de decidir continuar, negociar o cambiar de proveedor; de la misma manera cuando los consumidores finales deciden cambiar sus expectativas sobre el mercado o productos en particular, las empresas tienen el poder de hacer modificaciones, innovar o desaparecer del mercado.

Una organización que tiene el objetivo de permanecer en el mercado deberá realizar análisis constantes sobre los ambientes internos y externos que influyen sobre ella, de otra manera no se encontrara preparada para permanecer y sobresalir en el mercado.

### III.4 Contexto global de las organizaciones

#### ¿SABES QUE INFLUYE DE MANERA IMPORTANTE EN EL DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES

#### DENTRO DE UN CONTEXTO GLOBAL?

Hoy en día las empresas buscan incursionar en mercados internacionales debido a que este tipo de negociaciones genera un mayor incremento en el consumo de sus productos, pero también el aseguramiento de la rentabilidad de sus empresas.

Muchas de las compañías han eliminado el uso de intermediarios, colocando plantas y centros de negocios en los países en los cuales se quieren posicionar, a fin de disminuir costos, generar empleos y lograr utilidades.

Este nuevo entorno en las organizaciones trajo consigo decisiones que repercutieron en niveles inferiores a la organización. Existe una mayor preocupación por parte de profesionistas sobre su preparación, puesto que las exigencias se han vuelto mayores, porque ya no basta con tener un título, ahora es necesaria la experiencia, la preparación multidisciplinaria, el uso de tecnologías y el dominio de idiomas.

En este nuevo contexto no solo se generan cambios en niveles inferiores, también los gobiernos de los países se han visto obligados a realizar modificaciones sustanciales sobre las reglamentaciones comerciales.

### III.5 Estrategias de operaciones internacionales

#### ***¿Sabes a que se refiere el término Estrategia Internacional de negocios y la Estrategia corporativa internacional?***

Al momento de incursionar en el mercado internacional, es de vital importancia considerar una serie de factores globales que permitan diseñar estrategias que logren una mejor operación en el mercado internacional.

Lectura:

Al momento de incursionar en el mercado internacional es importante considerar una serie de factores globales para poder diseñar estrategias que permitan una mejor operación en el mercado internacional.

Una empresa que decide incursionar en el mercado global debe estructurar estrategias que le permitan iniciar sus operaciones de manera optima, o bien continuar con ellas para asegurar su permanencia o expandir sus expectativas a otras áreas del mercado. De una u otra forma las razones por las que las organizaciones deciden establecer sus empresas en otros países son realmente importantes.

La obtención de materia prima a un costo real, el uso de instalaciones propias, contratación de mano de obra directa, algunas veces menor competencia y la reducción de aranceles, son las principales razones que hacen que el empresario decida incursionar en mercados internacionales.

Las principales estrategias que se manejan en las operaciones internacionales son: liderazgo en los precios, así como alianzas estratégicas con empresas líderes en el mercado; esta última es una de las estrategias de mayor tendencia a nivel internacional.



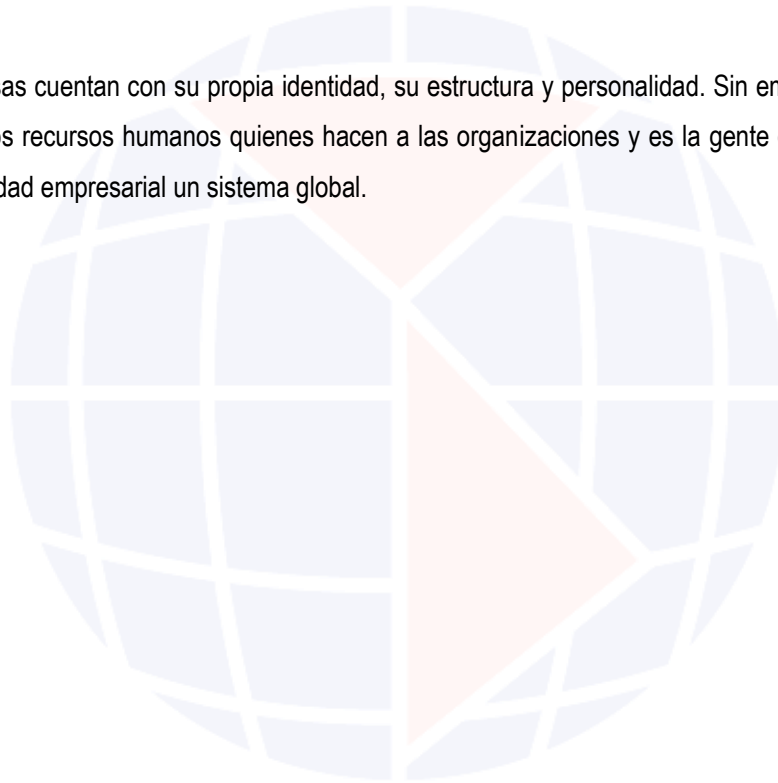
## D. GLOSARIO

<b>Término</b>	<b>Significado</b>
Ambiente empresarial	Es el contexto en que se mueve la organización de una empresa y en la que existen una serie de factores que pueden afectar los resultados de una planeación.
Competitividad	Las empresas de todos los países colocan sus productos en un mercado, pero cada uno tendrá sus propias características de calidad que atraigan al consumidor.
Cultura corporativa	Es el conjunto de valores que posee una empresa y que representa la imagen ante el público.
Empresa	Es la compañía conformada por capital social y con un objetivo lucrativo; puede desempeñar actividades industriales o mercantiles.
Ética	La empresa tiene principios y valores internos que se reflejan hacia el consumidor.
Globalización	Las empresas o economías nacionales están inmersas en un mercado mundial.
Macroeconomía	En la economía hay una serie de comportamientos agregados que hay que estudiar: el nivel de renta nacional, el ahorro. Consumo, la inversión, entre otros elementos.
Microeconomía	A diferencia del anterior e inmediato término, la microeconomía está relacionada con agentes individuales.
Responsabilidad social	Las empresas buscan que sean sustentables económicamente, pero tienen interés en el bien colectivo, por ejemplo en el ambiente.
Stakeholders	Es el grupo de personas que están ligadas, directa o indirectamente, a la empresa.

## E. CONCLUSIÓN

Las empresas, desde su creación y consolidación, han representado la base económica de la sociedad. Sin embargo, se ha creado un desarrollo cultural e internacional en las sociedades actuales, debido al acelerado crecimiento empresarial.

Todas las empresas cuentan con su propia identidad, su estructura y personalidad. Sin embargo, no se debe olvidar que son los recursos humanos quienes hacen a las organizaciones y es la gente quien realmente ha hecho de la actividad empresarial un sistema global.



## F. PARA AMPLIAR EL TEMA

Con el propósito de reafirmar lo aprendido y de que tus conocimientos sean claros, te ofrecemos una serie de documentos en línea que te mostrarán la pirámide de elementos de las Empresas Socialmente Responsables. Por ejemplo, el éxito de Google como empresa innovadora. Asimismo, te invitamos a que observes un video de análisis de la competitividad en México, desde el punto de vista educativo.

### Cibergrafía:

- ▶ Carrión, A. (2006). *Departamento de Administración de Empresas*. Consultado el 7 de noviembre de 2012: [www.uprh.edu/catalogo/espanol/administracion](http://www.uprh.edu/catalogo/espanol/administracion)
- ▶ *Creación de empresas*. (s/f). Consultado el 7 de noviembre de 2012: <http://www.creacion-empresas.com>
- ▶ ¿Qué es RSE? (2006). Consultado el 7 de noviembre de 2012: [http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que\\_es\\_RSE.pdf](http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf)
- ▶ *Competitividad en México*. (2011). Consultado el 7 de noviembre de 2012: <http://www.youtube.com/watch?v=ifFTT7ghqvk>
- ▶ Sieber, S. y Valor, J. (s/f). *Cultura corporativa + innovación = Google*. Consultado el 7 de noviembre de 2012: <http://www.innovacd.eu/wp-content/uploads/2011/07/Google.-Cultura-corporativa-e-innovaci%C3%B3n.pdf>

## G. FUENTES DE INFORMACIÓN

### Bibliografía:

- Batstone, D. (2004). *Salvar el alma de la empresa*. (1ª ed.). Madrid: Empresa Activa.
- Charles, H. (2001). *Negocios Internacionales*. Competencia en un mercado global (3ª ed.) México: McGraw-Hill.
- Daniels, J. y Radebaugh, L. (2000). *Negocios Internacionales*. (8ª ed). México: Pearson Educación.
- Gámez, V. (1999). *Formación Empresarial*. México: Departamento de Ciencias Administrativas, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Instituto Tecnológico de Sonora.
- Gareth, J. (2006). *Administración Contemporánea*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Ortiz, J. (2009). *Historia de la administración*. Argentina: El Cid editor.
- Rachman, D., Mescon, M., Bovée, C. y Thill, J. (1996). *Introducción a los negocios. Enfoque mexicano*. México: McGraw Hill.
- Stephen, Robbins. (1996). *Fundamentos de administración: Conceptos y aplicaciones*. México. Prentice Hall.

### Cibergrafía:

- *Bibliotecas del Tecnológico de Monterrey*. (s/f). En Tecnológico de Monterrey. Consultado el 7 de noviembre de 2012: <http://biblioteca.itesm.mx/>
- *Biblioteca Francisco Xavier Clavijero*. (s/f). En Universidad Iberoamericana. Consultado el 7 de noviembre de 2012: [www.bib.uia.mx](http://www.bib.uia.mx)
- Cajiga, J. (s/f). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. Consultado el 7 de noviembre de 2012: [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)
- Carrión, A. (2006). *Departamento de administración de empresas*. Consultado el 7 de noviembre de 2012: [www.uprh.edu/catalogo/espanol/administracion](http://www.uprh.edu/catalogo/espanol/administracion)

- *Como se arriesga la cultura corporativa.* (2009). Consultado el 7 de noviembre de 2012: <http://culturaempresarialparatodos.blogspot.mx/2009/02/24-como-se-arraiga-la-cultura.html>
- *Creación de empresas.* (s/f). Consultado el 7 de noviembre de 2012: <http://www.creacion-empresas.com>
- *Daft, R. (2007). Teoría y diseño organizacional.* Consultado el 21 de diciembre de 2012: <http://books.google.com.mx/books?id=A5RHOx2OjsC&pg=PA354&dq=Daft,+L+Richard.+Teor%C3%ADa+y+dise%C3%B1o+organizacional&hl=en&sa=X&ei=p7HUUNP9Jqmq2AWq6lGwAQ&ved=0C8Q6wEwAA>
- *Diccionario de economía.* (s/f). Consultado el 7 de noviembre de 2012: <http://www.zonaeconomica.com/diccionariodeeconomia>
- *Las profesiones del futuro.* (s/f). Consultado el 7 de noviembre de 2012: <http://www.degerencia.com>
- *Observatorio ocupacional.* (s/f). En Universitat Miguel Hernández. Consultado el 7 de noviembre de 2012: <http://www.umh.es/observatorio>
- Real academia de la Lengua Española. (2010). Diccionarios de la lengua española. Consultado el 21 de diciembre de 2012: <http://lema.rae.es/drae/?val=empresa>