

EPET N° 5

Bonduel Marcos/ Mercado Leonardo

6° 1° - Turno Tarde - FTE

Gestión Organizacional en el Aprovechamiento de las energías renovables

Tema: Las empresas y los factores que las condicionan (U - N°2)

Guía de Actividades:

- 1) Lea las imágenes insertadas sobre los factores que condicionan a las empresas.
- 2) Responda el siguiente cuestionario:
 - a) ¿Cuáles son los principales factores externos que afectan a la empresa?
 - b) ¿Cuáles son los principales factores internos que afectan a la empresa?
 - c) Realice un cuadro comparativo entre factores externos e internos que afectan a la empresa.
 - d) ¿Qué importancia tiene para usted el estudio de los factores que afectan a la empresa?
- 3) SOLARTEC S.A. se dedica a la venta de paneles solares. Se encuentra ubicado en la Provincia de San Juan, en el departamento de Rivadavia.
 - Imagine que usted es el dueño de esta empresa. ¿Cuáles serían esos factores que podrían afectar a SOLARTEC?

FACTORES QUE CONDICIONAN LA EMPRESA

Las empresas se ven constantemente afectadas tanto por aspectos internos (puertas adentro) como por aspectos del *entorno* en el que están insertas.

Antes de conocer los aspectos internos de la gestión de la empresa, se deben tener en cuenta las fuerzas del exterior que influyen en su desarrollo. Por este motivo, es importante conocer el entorno en el que se desenvuelve para poder anticipar el posible impacto de las variables del contexto sobre su estructura, cultura, estrategias y procesos.

Cada organización tiene su singularidad, pero hay aspectos comunes que pueden ser estudiados. Es necesario para ello reconocer que cada organización es un elemento dentro de un conjunto de elementos más grandes, un sistema dentro de sistemas mayores. Por ejemplo, la escuela a la que asiste es una organización por sí misma, que a su vez forma parte de un sistema escolar más amplio que es una organización de rango mayor.

Es importante entonces que se puedan establecer los límites que separan el ambiente externo del ambiente interno de una organización. Límites que son arbitrarios pero útiles para realizar el análisis.

La interacción de una empresa con su ambiente externo es compleja debido a la variedad de relaciones entre los múltiples actores que intervienen en el mercado y la sociedad en que se desarrolla.

La *sociedad de mercado* es el ámbito en el que diferentes actores intercambian/comercializan bienes y servicios con una finalidad lucrativa. Es el espacio en el que se generan relaciones de negocio.

Los *actores* son aquellos integrantes de la sociedad que ejercen un rol comercial en el intercambio de productos o servicios. Por ejemplo:

- empresas que generan productos primarios (empresas agropecuarias) o materias primas como papel, plástico, acero, etcétera;
- empresas que fabrican productos a partir de los insumos generados por las empresas antes mencionadas (alimentos envasados, libros, vestimentas, equipos electrónicos, etcétera);
- empresas que comercializan los productos fabricados por las industrias antes mencionadas;
- el público, que actúa como cliente o consumidor final en esta cadena de negocios existente en la sociedad de mercado. Este cliente final es quien consume y demanda el producto o servicio. Cada uno de nosotros es ese cliente en el momento de comprar un diario, un CD, un libro, un par de zapatillas, hacer las compras en el supermercado, utilizar la energía eléctrica en las casas, hablar por teléfono, etcétera.



La Asociación de Defensa del Consumidor (ADELCO), una entidad sin fines de lucro, trabaja para orientar y proteger al cliente.

El entorno

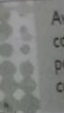
Son los factores que afectan a la empresa. Existe una empresa que funciona, obtenga, etc. Los desti...

Por ejemplo, la computación es uno de los niveles...

Los recursos para las computadoras que br...

Para dar lugar a especialistas en brindar el servicio a la red, la que los provee...

La competencia en el mercado, o menor número de consumidores describe m...



A
c
B
c



Lo que para un consumidor es una simple acción, como por ejemplo comprar una mermelada, es en realidad un proceso complejo en el cual intervienen diferentes actores: las empresas productoras de las frutas de la mermelada, las que fabrican el envase, las encargadas del transporte que lleva la materia prima a la fábrica y el frasco a los puntos de venta, las que venden el producto y, finalmente, quienes lo compran y consumen.

El entorno: fuerzas directas

Son los factores del entorno que tienen un impacto inmediato sobre la empresa. Existen básicamente tres fuerzas directas que afectan el desempeño de una empresa: *proveedores*, *clientes* y *competencia*. Los *proveedores* de recursos funcionan como entrada para que la organización, luego de un proceso, obtenga el producto o servicio para el cual fue constituida originalmente. Los destinatarios de ese producto son los *clientes* o consumidores.

Por ejemplo, el servicio que vende una empresa de capacitación en computación es ofrecer cursos al personal de empresas (los clientes) en distintos niveles: inicial, medio y especializado.

Los recursos que utiliza son: materiales, como el edificio y las aulas adecuadas para este tipo de cursos, los muebles y útiles (pizarras, rotafolios), las computadoras; los programas de estudio, los conocimientos y los medios que brindan la información necesaria para transmitirlos, como libros, Internet, manuales de instrucción, etcétera.

Para dar los cursos en las empresas contrata profesores externos, especialistas en programas de computación. Los profesores, la empresa que brinda el servicio de Internet, la que ofrece la telefonía para conectarse a la red, la que realiza el servicio técnico de las computadoras, etcétera son los proveedores de servicios.

La *competencia* está dada por las otras empresas que se encuentran en el mercado, vendiendo o intentando vender los mismos servicios, con mayor o menor nivel de variedad. Encontrarán un desarrollo más extenso del concepto de competencia en el análisis del modelo de Michael Porter que se describe más adelante.

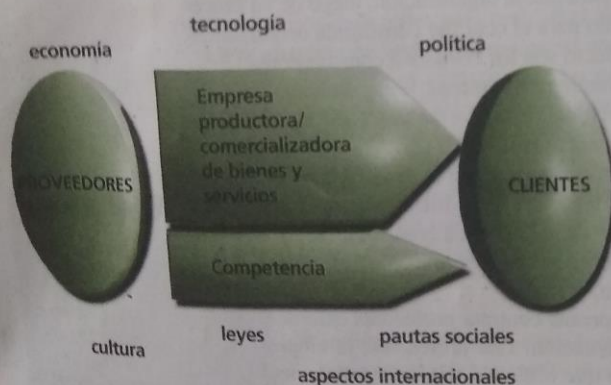
Averigüen en una PyME cuáles fueron los cambios más importantes que se realizaron en los últimos cinco años. ¿Cuáles fueron las causas? ¿Cambiaron las condiciones del país? ¿Hubo una amenaza de la competencia? ¿Fueron cambios tecnológicos, de personas, de organización? ¿Cuántas empresas de su rubro continúan, cuántas desaparecieron y cuántas se crearon?

El entorno: fuerzas indirectas

Las fuerzas indirectas son variables del entorno que también tienen impacto sobre el funcionamiento de la empresa, pero que no es tan inmediato. Algunas de estas variables pueden ser la tecnología, la economía, la política, las leyes, las pautas culturales y sociales, los aspectos internacionales, etcétera.

Por ejemplo, el auge de Internet generó un nuevo mundo de negocios que realiza sus operaciones de modo virtual, acelerando sus operaciones, diversificando y ampliando sus posibilidades. También afecta a las pautas sociales y culturales, modificando las costumbres y los hábitos de las personas, no sólo en el plano laboral, sino también en el social y personal.

Las devaluaciones monetarias, la inflación, las alianzas de grupos económicos (Mercosur, NAFTA, Comunidad Económica Europea; etcétera), los conflictos políticos que derivan en guerras, así como también los avances en la tecnología y la ciencia, tienen indefectiblemente impacto en las empresas.



Es necesario tener siempre en cuenta cuáles son las fuerzas directas e indirectas del ambiente en el que se encuentra la empresa, ya que ésta existe para ofrecer un producto/servicio a su entorno y, a su vez, puede hacerlo gracias a él.

Las variables culturales y geográficas también condicionan la actividad de las empresas, cuyas formas de operar difieren de acuerdo con las pautas de la sociedad en la cual se encuentran. Algunos condicionantes están dados por las características de la región en que se halla situada la empresa (por ejemplo, las cualidades del suelo requeridas para operar un viñedo o un tambo son diferentes). También las costumbres religiosas, las modas y el idioma limitan sus acciones.

Elijan una empresa dedicada a las comunicaciones telefónicas y otra dedicada a la venta de indumentaria deportiva. Confeccionen una lista con sus proveedores, clientes y competidores respectivos.