

UNIVERSIDAD DEL SURESTE CAMPUS
OCOSINGO

TRABAJO:

ENSAYO

TEMA:

ENTORNOS DE LAS ORGANIZACIONES

MATERIA:

ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES

PROFESOR

LIC. HUGO ADALBERTO SANTIESTEBAN PANIAGUA

ALUMNA:

IRANY GUADALUPE DIAZ JIMENEZ

LICENCIATURA:

CONTADURIA PUBLICA

CUATRIMESTRE:

3

INTRODUCCION

Los entornos de las organizaciones son fuerzas que están en un continuo cambio, por lo que presentan a la organización oportunidades y amenazas. También tienen una influencia suficiente sobre la misma para afectar sus organizaciones. Además, influyen en los comportamientos del mercado y en las decisiones. A continuación, analizaremos mejor el tema.

Entornos de las organizaciones

Como se menciona anteriormente los entornos de las organizaciones influyen en los comportamientos del mercado, en las decisiones de mercadotecnia de la empresa.

Hay algunos factores que están más cerca a la relación de intercambio y su influencia es más inmediata por ejemplo como los proveedores, los intermediarios, los competidores, entre otros ya que facilitan o promueven la actividad comercial o velan por el normal desarrollo de la misma. Entonces constituyen al micro entorno.

También existen otros factores que han afectan a la empresa pues tienen una influencia menos inmediata que afectan a la actividad comercial pero también a otras actividades humanas y sociales. Así como demográficos, económicos, culturales, sociales, legales, políticos, tecnológicos y del medio ambiente afectan tanto la actividad comercial como a otras actividades y aspectos de la vida y la sociedad. Estos constituyen al macro entorno.

Para entender más acerca de estos dos importantes conceptos hay que saber bien su información.

El microambiente en las instituciones comerciales tiene un punto importante que es el que los elementos deben de intervenir en el sistema comercial pues debe completarse con el estudio de todas las partes que intervienen en la relación de intercambio y la participación podría ser directa ya que va dando origen a transacciones, como en el caso de los proveedores o suministradores y de los intermediarios.

Otro punto también es que hay quienes trabajan indirectamente ya sea facilitando y promoviendo el desarrollo de la actividad comercial, puede ser proporcionando información y protección al consumidor, o bien velando por el cumplimiento de las normas de la actividad comercial

Dentro de este tema escuchamos la palabra proveedores e intermediarios, las cuales son importantes, se menciona lo siguiente:

Proveedores: Pocas empresas u organizaciones son totalmente autosuficientes y pueden disponer de todos los recursos que integran los productos que elaboran, así como de los servicios adicionales (transporte, almacenaje, seguro, crédito, asesoría jurídica y económica, etc.) que precisan. En la mayoría de los casos, la oferta de los productos que efectúa una empresa depende del adecuado una multitud de proveedores y de la existencia de un mercado de trabajo amplio y capacitado. Es, por tanto, de suma importancia llevar a cabo una buena administración de compras que garantice los suministros de materiales componentes en la cantidad y calidad requeridas.

Intermediarios: La distribución directa entre productor y consumidor no es posible en muchos productos, especialmente cuando el número de compradores potenciales es muy elevado y se encuentran dispersas en multitud de zonas geográficas. En estas situaciones, debe acudir a los intermediarios, para hacer llegar al mercado del modo más rápido y menos costoso la oferta de los productos de la empresa. Los intermediarios pueden ser mayoristas o minoristas. Un mayorista es una organización que compra los productos al fabricante o a otro mayorista y los vende a detallistas o a otros mayoristas, pero no a los consumidores finales. Un minorista o detallista también compra al fabricante o al mayorista, pero, en cambio, vende los productos al consumidor final.

La competencia en este entorno a veces es muy difícil de identificar y se deben de tomar en cuenta los competidores potenciales y se originan por diferentes motivos como:

Expansión del mercado: Por modificación de los límites territoriales, como, por ejemplo, una hipotética entrada de un nuevo país en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Expansión del producto: Cualquier empresa que dispone de alguna ventaja competitiva o detecta una oportunidad de negocio, puede ampliar su oferta a productos distintos de los habituales. Por ejemplo, Walmart, cadena de supermercados, se expandió para crear Banco Walmart reconocido por las bajas tasas que ofrece al mercado.

Integración hacia atrás. Los clientes son competidores potenciales. La cadena K2, después de estar adquiriendo durante algún tiempo muebles a fabricante independientes, decidió producirlos en plantas propias.

Integración hacia adelante. Los proveedores también pueden convertirse en competidores. Un fabricante de procesadores puede convertirse en otro de computadoras.

La competencia debe necesita tener información constante y permanente para saber cuáles son sus puntos fuertes y débiles. Como para también saber de nuestras oportunidades y amenazas.

En el macro ambiente se analiza los elementos que constituyen el micro entorno de la relación de intercambio entre la empresa y el mercado. Existen porque hay relaciones de intercambio

Este tiene factores del macro entorno que son los siguientes:

Entorno demográfico: este incluye a la gente, y la gente constituye los mercados. Entonces la tasa de natalidad y mortalidad tienen una implicación enorme sobre el consumo de determinados productos. La tasa de natalidad afecta a la venta de juguetes, alimentos infantiles, productos para la higiene de los niños, guarderías, colegios, etc. En cambio, la reducción de la tasa de mortalidad influye positivamente en la venta de seguros, planes de pensiones, lugares de descanso y otros servicios para las personas de edad más avanzada.

Entorno económico: este contempla lo que son los movimientos o evaluaciones del ingreso nacional, tipo de interés, inflación, desempleo, tipo de cambio, balanza de pagos y carga fiscal. Es necesario saber cuál es la importancia de cada concepto:

- El ingreso es el factor que determina de modo más directo la capacidad de compra del mercado.
- El nivel de empleo determina las expectativas de ingresos familiares.
- El tipo de interés del dinero influye en las decisiones de compra, ahorro e inversión
- La carga fiscal determina la capacidad de compra disponible por el mercado, una vez deducidos de sus ingresos brutos los impuestos correspondientes.
- La inflación también afecta a la capacidad de compra del mercado, y puede alterar las pautas de consumo.

El comportamiento económico nacionales se ve influido por las políticas económicas tendentes a cumplir los acuerdos de los diversos tratados de libre comercio que ha firmado México en los últimos años.

Entorno cultural y social. Entendemos que la cultura es el conjunto de todas las formas y expresiones de una sociedad determinada. Y el entorno social de un sujeto está formado por sus condiciones de vida y de trabajo, los estudios que ha cursado, su nivel de ingresos y la comunidad de la que forma parte.

Lo que ha causado un cambio de vida es el incremento de los recursos económicos y del nivel cultural, así como la paulatina disponibilidad de más tiempo libre de grupos cada vez más numerosos de la sociedad mexicana.

El Entorno legal y político: hace referencia al contexto institucional que existe en la sociedad en la que opera una determinada empresa.

El medio ambiente: es muy importante y como menciona no solo por los movimientos ecologistas sino también por la mayor conciencia social que existe de los perjuicios que causan algunos productos y procesos industriales. Un número importante de empresas continúa asociando la protección del medio ambiente con el encarecimiento de sus procesos de fabricación. Sin embargo, muchas otras encuentran que un esfuerzo en ese sentido se traducirá en la oferta de mejores productos, que, a largo plazo, proporcionarán una mayor satisfacción del consumidor y una mejora del bienestar social

Conclusión

Concluyo con este tema que dentro de los entornos de las organizaciones dependen mucho de evaluaciones para poder tomar decisiones o para analizar cómo va dentro de la competencia la empresa. Ya que gracias a los movimientos que hay en los entornos nos damos cuenta cuáles son las debilidades de la empresa, también sus fuerzas. Y la manera en cómo se manejan