



## **Mapa conceptual**

**Nombre del Alumno: Joan Ronaldo Villasis Vazquez**

**Nombre del tema: UNIDAD III. La empresa**

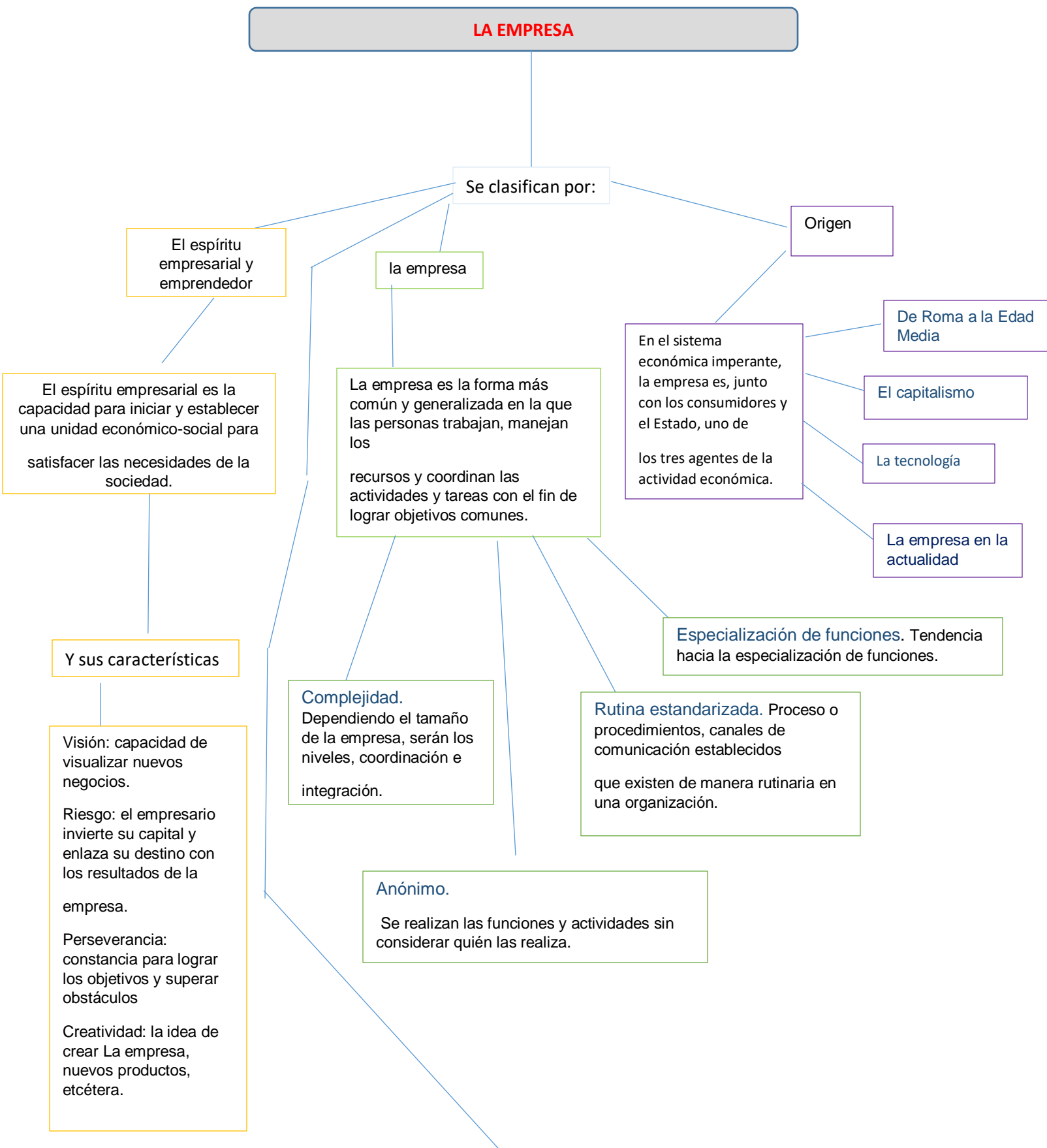
**Nombre de la Materia: FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN**

**Nombre del profesor: L. C. Salomón Vázquez Guillén.**

**Nombre de la Licenciatura: LICENCIATURA EN  
ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS**

**Cuatrimestre: 1**

# UNIDAD III MAPA CONCEPTUAL



## La creación de la empresa

El fenómeno de la creación de empresas es actualmente uno de los de mayor interés, seguimiento, dedicación y esfuerzos tanto en los ámbitos académicos, políticos y sociales por su importancia demostrada en su capacidad para genera empleo.

## Estructura

### Introducción.

Descripción general del proyecto y promotores del mismo.

### Análisis de la situación y diagnóstico interno y externo

Definición de los mercados y productos. Objetivos y metas

Plan estratégico

Plan de marketing v ventas

## Barreras

En general, estas barreras son obstáculos generales que interfieren con el acceso a un tipo de actividad. Por ejemplo, un médico necesita tener un título universitario para ejercer como profesional.

Barreras de entrada es un término frecuente en los negocios que sirve para denominar a los obstáculos que existen para ingresar en un sector de actividad.

Alta diferenciación de algún producto existente.

Acceso a proveedores y canales de distribución.

Alta inversión inicial

Economías de escala.

## El diseño organizacional

El diseño organizacional es el proceso de elegir una estructura de tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad dentro de las organizaciones. Se pueden representar las conexiones entre varias divisiones o departamentos de una organización e un organigrama.

## Clasificación de las organizaciones

**Organizaciones lucrativas:** también denominadas organizaciones con fines de lucro, son aquellas en las cuales los dueños del capital usufructúan los beneficios de la actividad.

**Organizaciones no lucrativas:** también denominadas organizaciones sin fines de lucro, son aquellas en las que los beneficios de la actividad no son apropiados por agentes individuales, ya que no es esta la razón de su constitución

**Organizaciones públicas:** este es un concepto sumamente amplio dentro del cual deberíamos distinguir los denominados organismos públicos, que realizan funciones inherentes a la administración pública y a la gestión del Estado.

**Organizaciones privadas:** la propiedad del capital es de origen privado y son autónomas e independientes del poder público.

**Sociedades anónimas (S. A.)**  
**Sociedades de responsabilidad limitada (S. R. L.)**  
**Cooperativas**

**Organizaciones mixtas:** son empresas cuya propiedad está en parte en manos de capitales privados y en parte en manos del Estado.

Recursos de la empresa para realizar sus funciones

**Humanos**  
Se trata de todo el personal de la compañía y representa el factor más importante de la empresa, pues los profesionales son los encargados de gestionar el resto de recursos de forma tal que se alcancen las metas fijadas.

**Financieros**  
Se refieren a la capacidad económica y monetaria de la empresa. Es decir, aglutinan el dinero (en efectivo o no) que posee la organización proveniente de los inversores.

**Propios. Son las aportaciones de los socios que suscriben el capital de la empresa.**  
**Ajenos. "Son aquellos que no proceden de los fondos propios de una empresa y del capital.**

Filosofía y cultura organizacional

Ser Comunicable. Una Filosofía Corporativa se tiene que comunicar de forma fácil, clara y unívoca; por esta razón, se recomienda que las Filosofías Corporativas sean redactadas por escrito.

2) Ser Útil. Debe servir como guía para formular y lograr los objetivos y metas globales de la compañía.

3) Ser Asumible. La organización debe poder asumir los costos que se desprenderán de su aplicación. Si una entidad se plantea una filosofía corporativa que no puede llegar a asumir, ya que los costos serían excesivos para su realización, esta se vuelve utópica y hace que los esfuerzos se debiliten en pos de cumplirla.

4) Ser Creíble. Si los miembros de la organización no creen en la Filosofía Corporativa, no existe posibilidad alguna de que ella actúe como elemento dinamizador de la entidad.

## La empresa en México y Latinoamérica

-El despegue de las empresas fabriles modernas en México comenzó en la zona de Puebla y en el

Valle de México en el decenio de 1830, espoleados por esa singular institución que fue el Banco de

Avío (1830-1840)

-En México, de acuerdo con datos de la Secretaría de Economía (2018), las empresas aportan 42%

del Producto Interno Bruto (PIB), y generan 78% del empleo en el país. De acuerdo con el

Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia, las empresas aportan alrededor

del 67% del empleo y 30% del PIB en ese país. En argentina, el 44% del PIB y el 70% de los empleos

a nivel nacional, son generados por las empresas.

## Responsabilidad social en las empresas y ética del administrador

El concepto de responsabilidad social de las empresas comenzó a escucharse en la década de 1970,

y era considerado muy polémico. Entonces, el economista Milton Friedman aseveró que las

empresas por sí solas no tienen ninguna responsabilidad social, sino que éste es un término aplicado

a los colaboradores de las mismas.

## La empresa en la globalización

-Cuando nos referimos al medio ambiente organizacional y nos enfocamos al estudio externo del mismo, llegamos necesariamente al término globalización.

-La globalización es un hecho incuestionable que está derrumbando fronteras, superando idiomas y costumbres, y creando un mundo nuevo. En un esquema geográfico, las fronteras entre los países

son claras, pero desaparecen en un mapa comercial y competitivo (donde se muestran los flujos

reales de actividad industrial y financiera).

## Corporaciones multinacionales

-Las corporaciones multinacionales tienen su sede en un país determinado, pero realizan sus operaciones en muchos otros más.

-Desafíos de las multinacionales

Las ventajas de las operaciones multinacionales deben valorarse respecto de los desafíos y riesgos asociados con la operación en ambientes extranjeros.

-De corporaciones multinacionales a mundiales o transnacionales

Operar en diferentes países o establecer plantas de manufactura no es suficiente para ser competitivo en el mercado mundial, debe cambiarse hacia la corporación mundial, o transnacional, que contempla al mundo entero como un sólo mercado y supone que la corporación tiene que adaptarse también a necesidades nacionales y hasta locales.