

MATERIA:
FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION.

LAE 1RE CUATRIMESTRE.

HECHO POR:
VANESSA GPE SANCHEZ PIMENTEL.

MAESTRO:
SALOMON VAZQUEZ GUILLEN.

LA EMPRESA

2. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

DEFINICIÓN DE EMPRESA

UNA EMPRESA ES UNA UNIDAD ECONÓMICA BÁSICA DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LA SOCIEDAD

IMPORTANCIA DE LAS EMPRESAS EN LA ECONOMÍA

LAS EMPRESAS SON VITALES PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DE UNA SOCIEDAD, YA QUE GENERAN EMPLEO, CRECIMIENTO Y BIENESTAR SOCIAL

FUNCIONES DE LAS EMPRESAS

LAS EMPRESAS PRODUCEN Y DISTRIBUYEN BIENES Y SERVICIOS NECESARIOS PARA LA VIDA COTIDIANA EN UN MARCO DE CONVIVENCIA ARMÓNICA Y RESPETUOSA

3. DEFINICIÓN DE EMPRESA

MATERIA PRIMA Y PRODUCCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

LA EMPRESA ES UNA UNIDAD DE ORGANIZACIÓN QUE SE DEDICA A LA PRODUCCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS A PARTIR DE LA MATERIA PRIMA

UNIDAD DE DISTRIBUCIÓN

COMERCIO Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

LA EMPRESA ES UNA UNIDAD DE DISTRIBUCIÓN QUE SE ENCARGA DE LLEVAR LOS BIENES Y SERVICIOS DESDE EL PRODUCTOR HASTA LOS MERCADOS PARA SU ADQUISICIÓN, USO Y CONSUMO

DEFINICIÓN DESDE LA PERSPECTIVA DE LA ADMINISTRACIÓN

LA EMPRESA ES UNA ENTIDAD LEGAL, ECONÓMICA, SOCIAL Y MORAL QUE SE FORMA CON EL OBJETIVO DE PRODUCIR BIENES Y SERVICIOS PARA SATISFACER NECESIDADES EN EL MERCADO

LA EMPRESA

4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ORGANIZACIONES

COMPLEJIDAD

LAS ORGANIZACIONES PUEDEN SER MÁS O MENOS COMPLEJAS DEPENDIENDO DE SU TAMAÑO, NIVELES, COORDINACIÓN E INTEGRACIÓN

ANONIMATO

EN LAS ORGANIZACIONES, LAS FUNCIONES Y ACTIVIDADES SE REALIZAN SIN CONSIDERAR QUIÉN LAS REALIZA

RUTINA ESTANDARIZADA

LAS ORGANIZACIONES TIENEN PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS DE MANERA RUTINARIA, AUNQUE TAMBIÉN PUEDEN EXISTIR GRUPOS INFORMALES CON COMUNICACIÓN PERSONALIZADA

ESPECIALIZACIÓN DE FUNCIONES

LAS ORGANIZACIONES TIENDEN A LA ESPECIALIZACIÓN DE FUNCIONES

TAMAÑO

EL TAMAÑO DE UNA ORGANIZACIÓN DEPENDE DEL NÚMERO DE EMPLEADOS QUE TENGA

LA EMPRESA

5. ORIGEN Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA EMPRESA

LA EMPRESA EN EL DERECHO ROMANO Y EN LA EDAD MEDIA

EN EL DERECHO ROMANO Y EN LA EDAD MEDIA, EXISTÍAN FORMAS DE ASOCIACIÓN EMPRESARIAL QUE DIFERENCIABAN ENTRE LO PERSONAL Y LO EMPRESARIAL

APARICIÓN DE LAS SOCIEDADES COLECTIVAS Y ANÓNIMAS

CON EL DESARROLLO DEL CAPITALISMO, SURGIERON NUEVAS FORMAS DE ASOCIACIÓN EMPRESARIAL, COMO LAS SOCIEDADES COLECTIVAS Y ANÓNIMAS

IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN LA EMPRESA

LA ERA TECNOLÓGICA HA SUPUESTO UN CAMBIO DE PARADIGMA EN LA EMPRESA, INCORPORANDO LA TECNOLOGÍA EN SUS PROCESOS Y PERMITIENDO NUEVAS FORMAS DE TRABAJO Y RELACIONES EMPRESARIALES

PAPEL DE LA EMPRESA EN LA ACTUALIDAD

EN LA ACTUALIDAD, LA EMPRESA TIENE UN PAPEL COMPLEJO DEBIDO A FENÓMENOS COMO LA GLOBALIZACIÓN Y EL AVANCE TECNOLÓGICO, Y SE CARACTERIZA POR LA FIGURA DEL EMPRESARIO Y DEL DUEÑO DEL CAPITAL

La globalización ha permitido que las empresas expandan sus operaciones a nivel internacional, lo que les ha otorgado un papel clave en la economía mundial.

El avance tecnológico ha transformado la forma en que las empresas operan y se comunican, lo que ha generado una mayor competencia y la necesidad de adaptarse constantemente.

En la actualidad, el empresario debe tener una visión estratégica y estar dispuesto a asumir riesgos para mantenerse competitivo en un mercado cada vez más dinámico y cambiante.

LA EMPRESA

7. LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

FENÓMENO DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS

LA CREACIÓN DE EMPRESAS ES DE GRAN INTERÉS DEBIDO A SU CAPACIDAD PARA GENERAR EMPLEO Y CONTRIBUIR AL CRECIMIENTO ECONÓMICO

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CREACIÓN DE EMPRESAS

FIGURA DEL EMPRESARIO

EL EMPRESARIO, YA SEA INDIVIDUAL O GRUPAL, ES UN FACTOR CLAVE EN EL PROCESO DE CREACIÓN DE EMPRESAS

PRÁCTICAS NECESARIAS PARA EL ÉXITO DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

LA ADAPTABILIDAD AL ENTORNO Y LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN SON PRÁCTICAS FUNDAMENTALES PARA EL ÉXITO DE UNA INICIATIVA EMPRESARIAL

CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO EN LA CREACIÓN DE EMPRESAS

EN UN ENTORNO COMPETITIVO Y TECNOLÓGICO, ES NECESARIO TENER UNA VISIÓN EMPRENDEDORA EN LUGAR DE EMPRESARIAL PARA CREAR UNA NUEVA EMPRESA

IMPORTANCIA DE APORTAR UNA VENTAJA COMPETITIVA

PARA LA SUPERVIVENCIA DE UNA NUEVA EMPRESA, ES FUNDAMENTAL OFRECER UNA VENTAJA COMPETITIVA A TRAVÉS DE PRODUCTOS O SERVICIOS QUE SATISFAGAN NECESIDADES NO CUBIERTAS

ESTRUCTURA Y RECURSOS NECESARIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

PLAN DE EMPRESA

EL PLAN DE EMPRESA ES UN DOCUMENTO QUE IDENTIFICA, ANALIZA Y DESCRIBE EL PROYECTO EMPRESARIAL, Y SIRVE COMO GUÍA PARA ORIENTAR LOS PASOS A SEGUIR

UTILIDAD DEL PLAN DE EMPRESA

EL PLAN DE EMPRESA ES ÚTIL TANTO EN EL ÁMBITO INTERNO PARA ORGANIZAR, ESTABLECER LÍNEAS DE ACCIÓN Y CONTROLAR EL PROYECTO, COMO EN EL EXTERNO PARA PRESENTAR EL PROYECTO Y OBTENER RECURSOS

LA EMPRESA

6. LA EMPRESA Y SU ENTORNO

OBJETIVOS EMPRESARIALES

LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES INCLUYEN LA OBTENCIÓN DE BENEFICIOS Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CON EL ENTORNO

COMPLEJIDAD DEL ENTORNO EMPRESARIAL

FACTORES QUE CONDICIONAN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

LOS FACTORES DEMOGRÁFICOS, TECNOLÓGICOS, LEGALES, COMPETIDORES, INTERMEDIARIOS Y ENTIDADES FINANCIERAS SON ALGUNOS EJEMPLOS QUE INFLUYEN EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

IMPORTANCIA DE CONOCER LA HISTORIA DE LA EMPRESA

LA HISTORIA DE LA EMPRESA PERMITE ENTENDER SU FUNCIONAMIENTO Y EVOLUCIÓN

1. EL ESPÍRITU EMPRESARIAL Y EMPRENDEDOR

DEFINICIÓN DE ESPÍRITU EMPRESARIAL

EL ESPÍRITU EMPRESARIAL ES LA CAPACIDAD DE INICIAR Y ESTABLECER UNA UNIDAD ECONÓMICO-SOCIAL PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LA SOCIEDAD

RELACIÓN CON LA ADMINISTRACIÓN

FUNCIONES DEL EMPRESARIO EN UNA EMPRESA PEQUEÑA

EN UNA EMPRESA PEQUEÑA, EL EMPRESARIO DEDICA GRAN PARTE DE SU TIEMPO A REALIZAR FUNCIONES DE ADMINISTRADOR Y TOMA DECISIONES EN ÁREAS COMO PRODUCCIÓN, MERCADOTECNIA, FINANZAS Y PERSONAL

CAMBIOS EN LA ADMINISTRACIÓN A MEDIDA QUE LA EMPRESA CRECE

A MEDIDA QUE LA EMPRESA CRECE, LA NECESIDAD DE ADMINISTRACIÓN AUMENTA Y SE REQUIERE LA CONTRATACIÓN DE ESPECIALISTAS Y DIRECTIVOS CAPACITADOS EN ADMINISTRACIÓN

CARACTERÍSTICAS DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR SE CARACTERIZA POR TENER VISIÓN, ASUMIR RIESGOS, SER PERSEVERANTE, CREATIVO Y TOMAR DECISIONES FIRMES PARA CREAR Y OPERAR UNA EMPRESA

BARRERAS Y OBSTÁCULOS EN EL INICIO DE UNA EMPRESA

1. BARRERAS DE ENTRADA

OBSTÁCULOS PARA INGRESAR EN UN SECTOR DE ACTIVIDAD

LAS BARRERAS DE ENTRADA SON OBSTÁCULOS QUE DIFICULTAN EL ACCESO A UN SECTOR DE ACTIVIDAD

OBSTÁCULOS PARA SALIR DE UN SECTOR DE ACTIVIDAD

LAS BARRERAS DE SALIDA SON OBSTÁCULOS QUE DIFICULTAN LA SALIDA DE UN SECTOR DE ACTIVIDAD

SEIS BARRERAS COMUNES DEFINIDAS POR MICHAEL PORTER

MICHAEL PORTER IDENTIFICÓ SEIS BARRERAS COMUNES PARA ENTRAR EN UN SECTOR DEL MERCADO

2. ECONOMÍAS DE ESCALA

DISMINUCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN CON EL AUMENTO DE LA CANTIDAD PRODUCIDA

LAS ECONOMÍAS DE ESCALA SE PRODUCEN CUANDO LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN DISMINUYEN AL AUMENTAR LA CANTIDAD PRODUCIDA

DIFICULTAD DE COMPETIR EN UN MERCADO CON GRANDES COMPETIDORES

ES DIFÍCIL COMPETIR EN UN MERCADO CON GRANDES COMPETIDORES QUE TIENEN UNA GRAN CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

EJEMPLO DE BARRERA DE ENTRADA EN LA INDUSTRIA DE FABRICACIÓN DE MUEBLES

LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE LOS COMPETIDORES EN LA INDUSTRIA DE FABRICACIÓN DE MUEBLES PUEDE SER UNA BARRERA DE ENTRADA PARA NUEVOS COMPETIDORES

BARRERAS Y OBSTÁCULOS EN EL INICIO DE UNA EMPRESA

3. ALTA INVERSIÓN INICIAL

REQUERIMIENTO DE UN GRAN CAPITAL INICIAL PARA OPERAR EFICIENTEMENTE

LA ALTA INVERSIÓN INICIAL PUEDE SER UNA BARRERA DE ENTRADA PARA EMPRESAS QUE REQUIEREN UN GRAN CAPITAL PARA OPERAR EFICIENTEMENTE

EJEMPLO DE BARRERA DE ENTRADA EN LA INDUSTRIA DEL TRANSPORTE

LA COMPRA DE UNA FLOTA DE VEHÍCULOS PUEDE SER UNA BARRERA DE ENTRADA PARA EMPRESAS DE TRANSPORTE

EJEMPLO DE EMPRESA QUE HA LOGRADO IGNORAR ESTA BARRERA INICIAL

UBER HA LOGRADO SUPERAR LA BARRERA DE INVERSIÓN INICIAL AL UTILIZAR LOS VEHÍCULOS DE SUS USUARIOS EN LUGAR DE COMPRAR UNA FLOTA PROPIA

4. ACCESO A PROVEEDORES Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

BARRERA DE ENTRADA SI LA PRODUCCIÓN DE UNA PIEZA CLAVE ESTÁ EN MANOS DE POCAS EMPRESAS

LA CONCENTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE UNA PIEZA CLAVE EN POCAS EMPRESAS PUEDE SER UNA BARRERA DE ENTRADA PARA NUEVOS COMPETIDORES

DIFICULTAD DE ENTRAR EN UN MERCADO SI SE REQUIERE UN CANAL DE DISTRIBUCIÓN ESPECIAL

LA NECESIDAD DE UN CANAL DE DISTRIBUCIÓN ESPECIAL PUEDE SER UNA BARRERA DE ENTRADA PARA EMPRESAS QUE PRODUCEN PRODUCTOS COMO DIARIOS Y REVISTAS

EJEMPLO DE BARRERA DE ENTRADA EN LA INDUSTRIA CERVECERA

LA CONCENTRACIÓN DEL LÚPULO EN MANOS DE POCAS EMPRESAS PUEDE SER UNA BARRERA DE ENTRADA PARA NUEVOS COMPETIDORES EN LA INDUSTRIA CERVECERA

BARRERAS Y OBSTÁCULOS EN EL INICIO DE UNA EMPRESA

5. ALTA DIFERENCIACIÓN DE ALGÚN PRODUCTO EXISTENTE

DIFICULTAD DE COMPETIR CON UN PRODUCTO YA BIEN POSICIONADO EN LA MENTE DEL CONSUMIDOR

ES DIFÍCIL COMPETIR CON UN PRODUCTO YA ESTABLECIDO EN LA MENTE DEL CONSUMIDOR, YA QUE SE REQUIERE INVERTIR EN MARKETING PARA DIFERENCIARSE

EJEMPLO DE DIFERENCIACIÓN ENTRE HUAWEI Y APPLE

HUAWEI HA LOGRADO DIFERENCIARSE DE APPLE EN EL MERCADO DE TELÉFONOS MÓVILES AL OFRECER PRODUCTOS DE GAMA ALTA Y COMPETIR CON LA MARCA ESTADOUNIDENSE

IMPORTANCIA DE LA DIFERENCIACIÓN EN EL ÉXITO DE UNA EMPRESA

LA DIFERENCIACIÓN PUEDE SER UN FACTOR CLAVE EN EL ÉXITO DE UNA EMPRESA AL COMPETIR EN UN MERCADO SATURADO

6. FALTA DE EXPERIENCIA EN LA INDUSTRIA

IMPORTANCIA DE LA EXPERIENCIA EN CIERTAS ACTIVIDADES COMO DISEÑO, ASESORÍA O SALUD

LA EXPERIENCIA Y ESPECIALIZACIÓN SON FACTORES CLAVE EN EL ÉXITO DE ACTIVIDADES COMO DISEÑO, ASESORÍA O SALUD

EJEMPLO DE FALTA DE EXPERIENCIA EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

TESLA, UNA EMPRESA CON POCAS EXPERIENCIA EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ, HA ENFRENTADO DIFICULTADES EN SU PROCESO DE PRODUCCIÓN EN COMPARACIÓN CON EMPRESAS COMO FORD QUE TIENEN AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL MERCADO

EJEMPLO DE EMPRESA QUE HA LOGRADO SUPERAR LA FALTA DE EXPERIENCIA EN LA INDUSTRIA

A PESAR DE SU FALTA DE EXPERIENCIA EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ, TESLA HA LOGRADO POSICIONARSE COMO UNA MARCA LÍDER EN TECNOLOGÍA Y VEHÍCULOS ELÉCTRICOS

BARRERAS Y OBSTÁCULOS EN EL INICIO DE UNA EMPRESA

7. MIEDO AL FRACASO

ERROR COMÚN EN EMPRENDEDORES

EL MIEDO AL FRACASO ES UN ERROR COMÚN EN EMPRENDEDORES QUE PUEDE LLEVAR AL FRACASO DE SU NEGOCIO

BÚSQUEDA DE ESTABILIDAD

DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO ENTRE TRABAJO ESTABLE Y EMPRENDIMIENTO

LA DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO ENTRE UN TRABAJO ESTABLE Y EL EMPRENDIMIENTO PUEDE SER BENEFICIOSO, PERO PUEDE SER UN OBSTÁCULO CUANDO EL TRABAJO ESTABLE NO PERMITE DEDICAR SUFICIENTE TIEMPO AL EMPRENDIMIENTO

PRESIÓN SOCIAL POR EL ÉXITO

LA PRESIÓN SOCIAL POR EL ÉXITO PUEDE LLEVAR A LOS EMPRENDEDORES A TOMAR DECISIONES APRESURADAS Y AFECTAR SU NEGOCIO

TIPS PARA SUPERAR EL MIEDO AL FRACASO

PARA SUPERAR EL MIEDO AL FRACASO, ES NECESARIO SER CONSTANTE Y TOMAR RIESGOS EN EL MOMENTO ADECUADO, ADEMÁS DE FORTALECER LA MENTE Y MANTENER LA CALMA MEDIANTE LA MEDITACIÓN

8. FALTA DE TIEMPO

RELACIÓN CON EL MIEDO AL FRACASO

EL MIEDO AL FRACASO PUEDE LLEVAR A LOS EMPRENDEDORES A SEGUIR CON UN TRABAJO ESTABLE, LO QUE DIFICULTA DEDICAR SUFICIENTE TIEMPO AL EMPRENDIMIENTO

POSIBILIDAD DE SOSTENIBILIDAD AL INICIO

AL INICIO, ES POSIBLE DEDICAR UNA HORA AL DÍA AL EMPRENDIMIENTO ANTES DE EMPEZAR CON LAS LABORES DEL DÍA, LO QUE EVITA DISTRACCIONES POR AGOTAMIENTO

TOMA DE RIESGOS

EN ALGÚN MOMENTO, ES NECESARIO TOMAR EL RIESGO DE DEDICARSE COMPLETAMENTE AL EMPRENDIMIENTO PARA QUE PUEDA CRECER

BARRERAS Y OBSTÁCULOS EN EL INICIO DE UNA EMPRESA

9. DIFICULTAD PARA ENCONTRAR UN EQUIPO PREPARADO

TRABAJO EN EQUIPO NECESARIO PARA EMPRENDER

EL TRABAJO EN EQUIPO ES ESENCIAL PARA EMPRENDER, YA QUE ES IMPOSIBLE TENER TODOS LOS CONOCIMIENTOS NECESARIOS

FALTA DE DISCIPLINA Y CONSTANCIA EN POSIBLES MIEMBROS DEL EQUIPO

ES DIFÍCIL ENCONTRAR PERSONAS CON LA SUFICIENTE DISCIPLINA Y CONSTANCIA PARA FORMAR PARTE DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

FALTA DE CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS EN POSIBLES MIEMBROS DEL EQUIPO

LOS POSIBLES MIEMBROS DEL EQUIPO PUEDEN NO TENER LOS CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS NECESARIOS PARA EL EMPRENDIMIENTO

INVERSIÓN EN EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN DEL EQUIPO

ES IMPORTANTE INVERTIR EN LA EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN DEL EQUIPO PARA QUE PUEDAN AYUDAR AL CRECIMIENTO DEL NEGOCIO

10. FALTA DE FINANCIACIÓN

IMPORTANCIA DE LA FINANCIACIÓN EN EL EMPRENDIMIENTO

LA FALTA DE FINANCIACIÓN PUEDE SER UN OBSTÁCULO CRUCIAL EN EL EMPRENDIMIENTO

ALTAS TASAS DE INTERÉS EN BANCOS

LOS BANCOS SUELEN TENER TASAS DE INTERÉS ALTAS PARA LOS EMPRENDEDORES, LO QUE DIFICULTA OBTENER FINANCIACIÓN

DESCONOCIMIENTO DE PROGRAMAS DE FINANCIACIÓN

LOS EMPRENDEDORES PUEDEN DESCONOCER LOS PROGRAMAS GUBERNAMENTALES Y PRIVADOS QUE OFRECEN FINANCIACIÓN PARA EMPRENDIMIENTOS

CLASIFICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

1. SEGÚN SU NATURALEZA

ORGANIZACIONES LUCRATIVAS

LAS ORGANIZACIONES LUCRATIVAS SON AQUELLAS EN LAS QUE LOS DUEÑOS DEL CAPITAL OBTIENEN BENEFICIOS DE LA ACTIVIDAD

ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS

LAS ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS SE ENFOCAN EN ATENDER UNA PROBLEMÁTICA SOCIAL ESPECÍFICA Y SUS ACTIVIDADES BENEFICIAN A LA COMUNIDAD

ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES (ONG)

LAS ONG SON UN EJEMPLO DE ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS QUE SON AUTÓNOMAS Y ESTABLECEN SU PROPIO CONJUNTO NORMATIVO

2. SEGÚN SU PROPIEDAD

ORGANIZACIONES PÚBLICAS

LAS ORGANIZACIONES PÚBLICAS PUEDEN SER ORGANISMOS PÚBLICOS O EMPRESAS PÚBLICAS, Y FORMAN PARTE DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL ESTADO

ORGANIZACIONES PRIVADAS

LAS ORGANIZACIONES PRIVADAS SON AUTÓNOMAS E INDEPENDIENTES DEL PODER PÚBLICO Y PUEDEN ADOPTAR DIFERENTES FIGURAS JURÍDICAS

COOPERATIVAS

LAS COOPERATIVAS SON ORGANIZACIONES QUE SE BASAN EN EL ESFUERZO PROPIO Y LA AYUDA MUTUA PARA PRESTAR SERVICIOS, Y SU ACTIVIDAD SE CENTRA EN LAS PERSONAS EN LUGAR DEL CAPITAL

CLASIFICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

3. SEGÚN SU ACTIVIDAD

ORGANIZACIONES INDUSTRIALES

LAS ORGANIZACIONES INDUSTRIALES SE DEDICAN A LA PRODUCCIÓN DE BIENES MATERIALES Y PUEDEN SER EXTRACTIVAS O DE TRANSFORMACIÓN

ORGANIZACIONES DE SERVICIOS

LAS ORGANIZACIONES DE SERVICIOS SE DEDICAN A LA PROVISIÓN DE SERVICIOS Y PUEDEN SER CLASIFICADAS POR RAMA DE ACTIVIDAD

ORGANIZACIONES COMERCIALES

LAS ORGANIZACIONES COMERCIALES SE DEDICAN A LA COMPRAVENTA DE BIENES SIN REALIZAR PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN

4. SEGÚN EL ORIGEN DEL CAPITAL

NACIONALES

LAS ORGANIZACIONES NACIONALES TIENEN APORTES DE CAPITAL REALIZADOS POR AGENTES ECONÓMICOS NACIONALES

EXTRANJERAS

LAS ORGANIZACIONES EXTRANJERAS TIENEN APORTES DE CAPITAL REALIZADOS POR AGENTES ECONÓMICOS EXTRANJEROS

DE COPARTICIPACIÓN

LAS ORGANIZACIONES DE COPARTICIPACIÓN TIENEN APORTES DE CAPITAL REALIZADOS POR AGENTES ECONÓMICOS NACIONALES Y EXTRANJEROS

CLASIFICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

5. DIFERENCIAS ENTRE EMPRESAS

6. APOYO A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

DISTINCIÓN NECESARIA

LA DISTINCIÓN ENTRE EMPRESAS ES NECESARIA DEBIDO A SUS DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS

ACUERDO DE ESTRATIFICACIÓN DE EMPRESAS

CATEGORÍAS DE EMPRESAS

LAS EMPRESAS SE DIVIDEN EN MICRO, PEQUEÑAS, MEDIANAS Y GRANDES SEGÚN CRITERIOS ESTABLECIDOS EN UN ACUERDO

DEFINICIÓN DE GRANDES EMPRESAS

LAS GRANDES EMPRESAS SON AQUELLAS QUE SUPERAN LOS LÍMITES ESTABLECIDOS EN LAS CATEGORÍAS ANTERIORES

IMPORTANCIA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS SON UN MOTOR IMPORTANTE EN LAS ECONOMÍAS NACIONALES DEBIDO A SU CAPACIDAD PARA GENERAR EMPLEO, INCORPORAR TECNOLOGÍA Y ADAPTARSE AL ENTORNO

DECLARACIÓN DEL PRESIDENTE DEL BID

EL PRESIDENTE DEL BID AFIRMA QUE ES NECESARIO CONTINUAR APOYANDO A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS A PESAR DE LA CRISIS ECONÓMICA

CANTIDAD DE MICROEMPRESARIOS

SE ESTIMA QUE HAY 12,5 MILLONES DE MICROEMPRESARIOS EN AMÉRICA LATINA

NECESIDAD DE MEJORAR EL ACCESO AL CRÉDITO

ES NECESARIO MEJORAR EL ENTORNO Y LA REGULACIÓN PARA QUE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS TENGAN UN MAYOR ACCESO AL CRÉDITO PRODUCTIVO

CLASIFICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

7. TIPOS DE EMPRESAS SEGÚN SU ALCANCE

MULTINACIONALES

LAS MULTINACIONALES SON GRANDES EMPRESAS CON UNA ESTRUCTURA COMPLEJA QUE OPERAN A NIVEL INTERNACIONAL

TRANSNACIONALES

LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES TRASPASAN LAS FRONTERAS NACIONALES EN SUS OPERACIONES Y TIENEN UNA TENDENCIA A DESLOCALIZAR SU PRODUCCIÓN

EMPRESAS LOCALES O REGIONALES

ESTAS EMPRESAS TIENEN UN ALCANCE LIMITADO A UNA REGIÓN O LOCALIDAD Y SUELEN SER PEQUEÑAS O MEDIANAS, PERO TIENEN UN IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL IMPORTANTE EN SU ÁREA DE ACCIÓN

8. RECURSOS EMPRESARIALES

RECURSOS TANGIBLES

LOS RECURSOS MATERIALES, TECNOLÓGICOS FÍSICOS Y ECONÓMICOS QUE SON FÁCILMENTE MEDIBLES Y CUANTIFICABLES

RECURSOS INTANGIBLES

RECURSOS HUMANOS

EL PERSONAL DE LA COMPAÑÍA QUE REPRESENTA EL FACTOR MÁS IMPORTANTE Y SE ENCARGA DE GESTIONAR LOS DEMÁS RECURSOS

RECURSOS FINANCIEROS

LA CAPACIDAD ECONÓMICA Y MONETARIA DE LA EMPRESA, QUE PUEDE SER PROPIA O AJENA

RECURSOS TECNOLÓGICOS

LOS PROCESOS Y SISTEMAS DE LA COMPAÑÍA NECESARIOS PARA REALIZAR O MEJORAR EL DESEMPEÑO PROFESIONAL

GESTIÓN DE RECURSOS

LA IMPORTANCIA DE GESTIONAR ADECUADAMENTE LOS RECURSOS PARA OBTENER EL MÁXIMO PROVECHO DE CADA UNO DE ELLOS

CLASIFICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

9. SISTEMAS COMPUTACIONALES PARA LA ADMINISTRACIÓN

AUTOMATIZACIÓN DE TAREAS

EL USO DE LA INFORMÁTICA PERMITE AUTOMATIZAR TAREAS Y CREAR UNA BASE DE DATOS ÚTIL PARA PROYECTAR HACIA EL FUTURO Y CORREGIR ANOMALÍAS

SISTEMA DE CONTROL AUTOMATIZADO

LA POSIBILIDAD DE DISEÑAR UN SISTEMA DE CONTROL AUTOMATIZADO, INTEGRADO Y ACCESIBLE PARA TODOS LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN

IMPORTANCIA DE LA INFORMÁTICA EN LA ADMINISTRACIÓN

LA INFORMÁTICA ES UNA HERRAMIENTA FUNDAMENTAL PARA LA REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES COTIDIANAS Y LA PROYECCIÓN HACIA EL FUTURO EN LA ADMINISTRACIÓN

FILOSOFÍA Y CULTURA ORGANIZACIONAL

1. FILOSOFÍA CORPORATIVA

DEFINICIÓN

LA FILOSOFÍA CORPORATIVA ES LA CONCEPCIÓN GLOBAL DE LA ORGANIZACIÓN ESTABLECIDA PARA ALCANZAR LAS METAS Y OBJETIVOS DE LA COMPAÑÍA

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

COMUNICABLE

LA FILOSOFÍA CORPORATIVA DEBE SER COMUNICABLE DE FORMA FÁCIL, CLARA Y UNÍVOCA

ÚTIL

LA FILOSOFÍA CORPORATIVA DEBE SERVIR COMO GUÍA PARA FORMULAR Y LOGRAR LOS OBJETIVOS Y METAS GLOBALES DE LA COMPAÑÍA

ASUMIBLE

LA ORGANIZACIÓN DEBE PODER ASUMIR LOS COSTOS QUE SE DESPRENDERÁN DE SU APLICACIÓN

CREÍBLE

LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN DEBEN CREER EN LA FILOSOFÍA CORPORATIVA PARA QUE ACTÚE COMO ELEMENTO DINAMIZADOR DE LA ENTIDAD

PREGUNTAS IMPORTANTES

LA FILOSOFÍA CORPORATIVA SE RESUME EN RESPONDER A TRES PREGUNTAS: ¿QUIÉN SOY Y QUÉ HAGO? (MISIÓN), ¿CÓMO LO HAGO? (VALORES) Y ¿A DÓNDE QUIERO LLEGAR? (VISIÓN)

FILOSOFÍA Y CULTURA ORGANIZACIONAL

2. CULTURA ORGANIZACIONAL

DEFINICIÓN

LA CULTURA ORGANIZACIONAL ES EL PATRÓN DE PREMISAS BÁSICAS QUE UN DETERMINADO GRUPO INVENTÓ, DESCUBRIÓ O DESARROLLÓ EN EL PROCESO DE APRENDER A RESOLVER SUS PROBLEMAS DE ADAPTACIÓN EXTERNA Y DE INTEGRACIÓN INTERNA

CARACTERÍSTICAS

NORMAS, VALORES Y PAUTAS DE CONDUCTA COMPARTIDAS

LA CULTURA ORGANIZACIONAL SE REFLEJA EN LAS NORMAS, VALORES Y PAUTAS DE CONDUCTA COMPARTIDAS POR LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN

NO ESCRITA

LA CULTURA ORGANIZACIONAL NO ESTÁ ESCRITA, PERO SE MANIFIESTA EN LOS COMPORTAMIENTOS DE LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN

SUPRAPERSONAL

LA CULTURA ORGANIZACIONAL ESTÁ POR ENCIMA DE LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN Y SE ESTABLECE COMO UN CONJUNTO DE PAUTAS

IMPORTANCIA

LA CULTURA ORGANIZACIONAL DEFINE LA FORMA EN QUE INTERACTÚAN LAS PERSONAS, LAS ACTITUDES PREDOMINANTES Y LOS ASUNTOS RELEVANTES EN LAS INTERACCIONES HUMANAS DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN

3. CULTURA ORGANIZACIONAL

CARACTERÍSTICAS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL

LA CULTURA ORGANIZACIONAL SE DEFINE POR SUS VALORES, CREENCIAS Y COMPORTAMIENTOS COMPARTIDOS POR TODOS LOS MIEMBROS DE LA EMPRESA

FUNCIONES DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL

INTEGRACIÓN

LA CULTURA ORGANIZACIONAL PROMUEVE LA INTEGRACIÓN DE LOS MIEMBROS DE LA EMPRESA AL ESTABLECER NORMAS Y PAUTAS ACEPTADAS POR TODOS

SUPRAPERSONALIDAD

LA CULTURA ORGANIZACIONAL SE PERCIBE COMO ALGO EXTERNO E INMUTABLE, LO QUE DIFICULTA SU MODIFICACIÓN

SUBCULTURAS

LA CULTURA ORGANIZACIONAL PUEDE DAR LUGAR A SUBCULTURAS EN DIFERENTES ÁREAS FUNCIONALES O UNIDADES DE NEGOCIO DENTRO DE LA EMPRESA

IMPORTANCIA DE ENTENDER LA CULTURA ORGANIZACIONAL

COMPRENDER LA CULTURA ORGANIZACIONAL PERMITE DISEÑAR UNA FILOSOFÍA CORPORATIVA DESEADA Y REALIZAR INTERVENCIONES PARA ACERCARSE A ELLA

FILOSOFÍA Y CULTURA ORGANIZACIONAL

4. RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS

5. DEFINICIÓN DE ÉTICA

ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

DEFINICIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

PRÁCTICA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

BUENO Y MALO

DEBER Y OBLIGACIÓN MORAL

TEORÍAS MORALES

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL HA EVOLUCIONADO DE SER CONSIDERADA UN ACTO DE BONDAD A SER UN COMPROMISO INTEGRAL DE MEJORA CONTINUA EN LA EMPRESA

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL IMPLICA UN CONJUNTO DE PROGRAMAS Y POLÍTICAS QUE RESPETAN A LOS TRABAJADORES, LA COMUNIDAD Y EL MARCO LEGAL

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL PUEDE CONducIR A UN AUTÉNTICO INTERÉS POR LA SOCIEDAD Y MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA EN LA EMPRESA

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEBE SER UNA CONVICCIÓN Y NO UNA OBLIGACIÓN EN LA EMPRESA

LA ÉTICA SE REFIERE A LA DISTINCIÓN ENTRE LO QUE ES BUENO Y MALO

LA ÉTICA TAMBIÉN ABORDA EL DEBER Y LA OBLIGACIÓN MORAL

EN LA ÉTICA NORMATIVA EXISTEN TRES TEORÍAS MORALES: LA UTILITARIA, LA BASADA EN LOS DERECHOS Y LA DE LA JUSTICIA

FILOSOFÍA Y CULTURA ORGANIZACIONAL

6. INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA ÉTICA EN LOS NEGOCIOS

CÓDIGO DE ÉTICA

ALGUNOS AUTORES SUGIEREN QUE LOS NEGOCIOS DEBEN INSTITUCIONALIZAR LA ÉTICA Y DESARROLLAR UN CÓDIGO AL RESPECTO

ELEVACIÓN DE ESTÁNDARES ÉTICOS

ADEMÁS, EXISTEN OTROS FACTORES QUE ELEVAN LOS ESTÁNDARES ÉTICOS, COMO LAS DENUNCIAS DE IRREGULARIDADES

DIFICULTADES EN LA TOMA DE DECISIONES ÉTICAS

LOS GERENTES DEBEN HACER ELECCIONES DIFÍCILES CUANDO LOS ESTÁNDARES DIFIEREN EN OTRAS SOCIEDADES

7. ÉTICA EN LA ADMINISTRACIÓN

CONFIANZA EN LAS RELACIONES HUMANAS

LA CONFIANZA ES EL FUNDAMENTO DE LAS RELACIONES HUMANAS Y LOS ENFOQUES A LA ADMINISTRACIÓN MODERNA

INFLUENCIA DE LOS ADMINISTRADORES EN SUS SEGUIDORES

LOS ADMINISTRADORES PUEDEN TENER UNA INFLUENCIA POSITIVA O NEGATIVA EN SUS SEGUIDORES

COMPARACIÓN DEL USO ÉTICO Y NO ÉTICO DEL PODER

EN LA SIGUIENTE TABLA SE COMPARA EL USO ÉTICO Y NO ÉTICO DEL PODER EN LA ADMINISTRACIÓN

8. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE UN ADMINISTRADOR

OBJETIVOS Y PLANIFICACIÓN

UN ADMINISTRADOR DEBE TENER PRESENTE EN TODO MOMENTO LOS OBJETIVOS A LOGRAR Y GENERAR IDEAS CLARAS E INNOVADORAS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE SU ORGANIZACIÓN

DELEGACIÓN Y EFICACIA

EL ADMINISTRADOR DEBE ESTAR PENDIENTE DE QUE SU DELEGACIÓN SEA EFICAZ Y QUE EL PERSONAL CUMPLA CON LOS VALORES Y PRINCIPIOS ESTABLECIDOS

BÚSQUEDA DEL BIENESTAR SOCIAL

ES RESPONSABILIDAD DEL ADMINISTRADOR BUSCAR SIEMPRE EL BIENESTAR SOCIAL TANTO PARA LA ORGANIZACIÓN COMO PARA LA SOCIEDAD EN GENERAL

LA GLOBALIZACIÓN

1. EL MEDIO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

ESTUDIO EXTERNO

EL MEDIO AMBIENTE ORGANIZACIONAL SE REFIERE AL ESTUDIO EXTERNO DE LA EMPRESA

TÉRMINO GLOBALIZACIÓN

DEFINICIÓN ECONÓMICA

LA GLOBALIZACIÓN SE REFIERE A UN NUEVO ORDEN ECONÓMICO DETERMINADO POR EL APOGEO DEL COMERCIO INTERNACIONAL Y LA DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

DEFINICIÓN UNIVERSAL

LA GLOBALIZACIÓN ES UN FENÓMENO QUE ESTANDARIZA ASPECTOS DE DERECHO COMERCIAL, FISCAL E INFORMÁTICO Y CREA NUEVOS PROTAGONISTAS COMO EL "CONSUMIDOR DE CLASE MEDIA"

ESTILO DE VIDA COMERCIAL, SOCIAL Y EMPRESARIAL COMÚN

LA GLOBALIZACIÓN HA TRASCENDIDO LO CUANTITATIVO Y CUALITATIVO PARA CONVERTIRSE EN UN ESTILO DE VIDA COMERCIAL, SOCIAL Y EMPRESARIAL COMÚN

2. EL PROCESO DE GLOBALIZACIÓN

LIBERTAD E INTEGRACIÓN MUNDIAL DE LOS MERCADOS

LA GLOBALIZACIÓN ES UN PROCESO DINÁMICO DE CRECIENTE LIBERTAD E INTEGRACIÓN MUNDIAL DE LOS MERCADOS DE TRABAJO, BIENES, SERVICIOS, TECNOLOGÍA Y CAPITALES

DESARROLLO PAULATINO

EL PROCESO DE GLOBALIZACIÓN VIENE DESARROLLÁNDOSE PAULATINAMENTE Y TARDARÁ MUCHOS AÑOS AÚN EN COMPLETARSE

AFECTACIÓN DIRECTA DE FACTORES ALEJADOS E INSIGNIFICANTES

LA GLOBALIZACIÓN SUGIERE QUE EN EL MUNDO LOS FACTORES ALEJADOS E INSIGNIFICANTES AFECTAN DE MANERA DIRECTA EL DESARROLLO DE ESTE PLANETA

LA GLOBALIZACIÓN

3. LA GLOBALIZACIÓN COMO UN CONCEPTO

AMPLIACIÓN DE FRONTERAS

LA GLOBALIZACIÓN SUGIERE LA NECESIDAD DE GENERAR UN PENSAMIENTO GLOBAL Y OLVIDAR LOS LÍMITES IMPUESTOS POR LAS FRONTERAS Y LA DIVISIÓN POLÍTICA

RUPTURAS EPISTEMOLÓGICAS

LA GLOBALIZACIÓN SUGIERE LA NECESIDAD DE GENERAR NUEVAS FORMAS DE PENSAR Y CREAR CONCEPTOS QUE AMPLÍEN LAS FRONTERAS

NUEVOS CONCEPTOS

LA GLOBALIZACIÓN SUGIERE LA NECESIDAD DE "DESAPRENDER LO APRENDIDO" Y GENERAR NUEVOS CONCEPTOS QUE PERMITAN UN INTERCAMBIO GLOBAL Y UNA VENTAJA COMPETITIVA SOSTENIBLE

4. LA GLOBALIZACIÓN Y SU ALCANCE

INTERCAMBIO DE PRODUCTOS

LA GLOBALIZACIÓN HA PERMITIDO UN AUMENTO EN EL INTERCAMBIO DE PRODUCTOS A NIVEL MUNDIAL, FORTALECIENDO LAS RELACIONES COMERCIALES ENTRE PAÍSES

IMPACTO EN LA ECONOMÍA

CAMBIO EN EL VALOR DE LAS MONEDAS

LA GLOBALIZACIÓN HA LLEVADO A QUE LAS MONEDAS YA NO SEAN UN VALOR INTRÍNSECO, SINO QUE REPRESENTEN EL PODER ADQUISITIVO DE UNA COMUNIDAD

EXIGENCIA DE CALIDAD

LA GLOBALIZACIÓN HA GENERADO UNA MAYOR EXIGENCIA EN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS, LO QUE HA LLEVADO A LAS EMPRESAS A ENFOCARSE EN MEJORARLA

ESTRATEGIAS PARA ENTRAR EN LA GLOBALIZACIÓN

LAS EMPRESAS DEBEN REINVENTARSE Y ADAPTARSE PARA PODER COMPETIR EN UN MERCADO GLOBALIZADO Y EN CONSTANTE CAMBIO

LA GLOBALIZACIÓN

5. EL PAPEL DE LAS EMPRESAS EN LA GLOBALIZACIÓN

PENSAR EN GRANDE

LAS EMPRESAS DEBEN DEJAR DE ENFOCARSE EN SER LAS MEJORES EN SU LOCALIDAD Y PENSAR EN SER LAS MEJORES A NIVEL MUNDIAL

IMPORTANCIA DE LA CALIDAD Y EL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

LA CALIDAD Y EL MANEJO DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES SON FUNDAMENTALES PARA TENER ÉXITO EN UN MERCADO GLOBALIZADO Y COMPETITIVO

REINVENCIÓN Y ADAPTACIÓN

LAS EMPRESAS DEBEN TENER LA CAPACIDAD DE REINVENTARSE Y ADAPTARSE RÁPIDAMENTE A LOS CAMBIOS QUE TRAE CONSIGO LA GLOBALIZACIÓN

6. VENTAJAS DE LAS CORPORACIONES MULTINACIONALES

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN DISTINTOS PAÍSES

LAS CORPORACIONES MULTINACIONALES PUEDEN APROVECHAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN DIFERENTES PAÍSES

ACCESO A RECURSOS Y MATERIALES NATURALES

LAS CORPORACIONES MULTINACIONALES PUEDEN TENER MEJOR ACCESO A RECURSOS Y MATERIALES NATURALES QUE NO ESTÁN DISPONIBLES PARA EMPRESAS NACIONALES

RECLUTAMIENTO DE PERSONAL DE LA RESERVA MUNDIAL DE MANO DE OBRA

LAS GRANDES CORPORACIONES MULTINACIONALES PUEDEN RECLUTAR A GERENTES Y PERSONAL DE LA RESERVA MUNDIAL DE MANO DE OBRA

LA GLOBALIZACIÓN

7. DESAFÍOS DE LAS CORPORACIONES MULTINACIONALES

NACIONALISMO EN PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO

EL CRECIENTE NACIONALISMO EN PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO PUEDE SER UN PROBLEMA PARA LAS CORPORACIONES MULTINACIONALES

ADQUISICIÓN DE HABILIDADES Y RECURSOS POR PARTE DE PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO

LOS PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO ESTÁN ADQUIRIENDO HABILIDADES Y RECURSOS, LO QUE PUEDE DIFICULTAR LA OPERACIÓN DE LAS CORPORACIONES MULTINACIONALES

MANTENIMIENTO DE BUENAS RELACIONES CON EL PAÍS ANFITRIÓN

LAS CORPORACIONES MULTINACIONALES DEBEN MANTENER BUENAS RELACIONES CON EL PAÍS ANFITRIÓN, LO QUE PUEDE SER COMPLICADO EN ALGUNOS CASOS

8. DE CORPORACIONES MULTINACIONALES A MUNDIALES O TRANSNACIONALES

ADAPTACIÓN A NECESIDADES NACIONALES Y LOCALES

PARA SER COMPETITIVAS EN EL MERCADO MUNDIAL, LAS CORPORACIONES DEBEN ADAPTARSE A NECESIDADES NACIONALES Y LOCALES

DESARROLLO DE PRODUCTOS PARA EL MERCADO MUNDIAL

LAS CORPORACIONES DEBEN DESARROLLAR PRODUCTOS QUE CONSIDEREN AL MUNDO ENTERO PARA SER COMPETITIVAS EN EL MERCADO MUNDIAL

CONTRATACIÓN DE PERSONAL EXTRANJERO Y ESTABLECIMIENTO DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS

PARA OPERAR EN DIFERENTES PAÍSES, LAS CORPORACIONES DEBEN CONTRATAR PERSONAL EXTRANJERO Y ESTABLECER ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON COMPAÑÍAS LOCALES