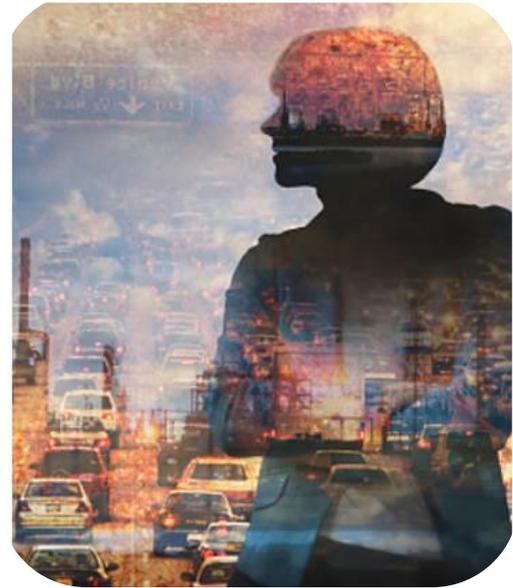


## Tema 1 ¿Cuáles son las relaciones de las empresas?

### Introducción

Poco antes del lanzamiento del iPhone, su CEO, Steve Jobs, enseñó el prototipo a sus colaboradores. Lo había llevado, por varias semanas, en su bolsillo, junto con sus llaves. Estaba rayado por el continuo roce. Les exigió que en seis semanas resolvieran este problema que “suponía un cambio completo de proveedor y línea de montaje sin apenas tiempo para reaccionar, pues ya había anticipado al mercado su salida. Solo los chinos fueron capaces, en tan perentorio periodo de tiempo, de conseguirle las muestras, poner a su disposición los ingenieros necesarios y tener las instalaciones preparadas en dicho plazo, (Artero, 2012).



¿Qué es lo que permite a una organización como Apple tener esta flexibilidad y poder para conseguir proveedores?, ¿por qué es importante considerar los elementos de su entorno?, ¿quién es el motor que lo impulsa a continuar innovando y desarrollando productos que satisfacen de forma global?, ¿de qué forma estas organizaciones tan exitosas se relacionan con sus grupos de interés?

En este tema aprenderás algunos conceptos básicos sobre las organizaciones y los factores del entorno que se convierten en los grupos de interés con los que tendrá relaciones de negocio, además de la cadena de valor que da estructura a las partes que contribuyen en la generación de valor que percibe y recibe el consumidor.

### **Subtema 1. Conociendo el entorno de nuestra organización**

Imagina que la empresa u organización es un camaleón; un animal que tiene habilidades de adaptación asombrosas, puede mover sus ojos de forma independiente, lo que le permite tener una visión de casi 360 grados; además, como es un animal lento, tiene una lengua alargada que utiliza con gran rapidez a la hora de cazar. Los cambios en el color de su piel están relacionados con su entorno y factores del mismo tales como la presencia de depredadores, la luz, temperatura o el cortejo. De igual manera, una organización deberá interactuar con los factores de un ambiente que siempre cambia.



Para aprender sobre la forma en que las organizaciones se relacionan, para hacer negocios, se necesita primero conocer la forma en que los negocios funcionan en el ambiente en que se desarrollan. La organización es un sistema abierto que se encuentra en un entorno en el que figuran los grupos de interés organizacionales, subtema que se tratará más adelante.

En la siguiente figura se presenta el sistema abierto de la organización:



La organización como un sistema abierto. Adaptado de Robbins, S., Decenzo, D. y Coulter, M., (2013).  
Elaboración propia.



Este sistema abierto se encuentra en un entorno externo. De acuerdo a Robbins, et al., (2013), el **entorno externo** se refiere a los factores, fuerzas, situaciones y acontecimientos de fuera de la organización que afectan su desempeño.

Todas las operaciones internas de la organización se ven afectadas por los componentes del entorno.

Por ejemplo, la globalización ha obligado a los negocios a ver para afuera de sus fronteras y adaptarse a los gustos y preferencias y la cultura de otros países si es que pretende sobrevivir en el mercado global, por ejemplo la firma Procter & Gamble cuenta con 127,000 empleados en 80 países del mundo y proveedores a lo largo de todo el globo.

### Componentes del entorno

La organización se encuentra inmersa en una serie de situaciones que muchas veces son oportunidades, otras son amenazas o limitantes y es importante que las tenga bien identificadas para tener la capacidad de adaptarse al mismo ritmo y sobrevivir o crecer. La empresa se puede visualizar en medio de todos los factores que la afectan.

#### Componentes del entorno de la empresa

Factor	Descripción
<b>Factores tecnológicos</b>	La empresa debe estar lista para adaptarse. Por ejemplo, el hecho de que Samsung haya lanzado al mercado su teléfono celular Galaxy Note, que en su momento fue visto como demasiado grande, demasiado incómodo, demasiado riesgoso, pero al mismo tiempo un adelanto tecnológico por todas las funciones con que contaba, fue un aliciente para que Apple se adaptara y ahora el iPhone 6 Plus es uno de los teléfonos celulares más apreciados.
<b>Factores económicos</b>	Los factores están relacionados con aspectos tales como la inflación, el costo de los insumos, tasas de interés, por mencionar algunos.
<b>Factores políticos/legales</b>	Las situaciones normativas que limitan las acciones empresariales, por ejemplo, la forma en que Microsoft se ha visto afectado por las leyes antimonopolio en donde se le ha acusado de abusar de su poder en las computadoras personales que contienen el procesador Intel.
<b>Aspectos demográficos</b>	Los aspectos demográficos afectan las decisiones en el diseño de productos, ya que dichos aspectos, tales como la distribución demográfica, la edad, sexo, etc., de la población, tienen implicaciones en el mercado meta de las empresas.
<b>Educación y cultura</b>	Los factores educación y cultura tienen influencia pues es del entorno de donde provienen las personas capacitadas que ingresarán a la empresa a crear valor, además de que el nivel de educación de la población está relacionado con el nivel de los bienes y servicios.
<b>Recursos naturales</b>	Los factores como los recursos naturales que estén disponibles y las condiciones del clima también deben considerarse pues

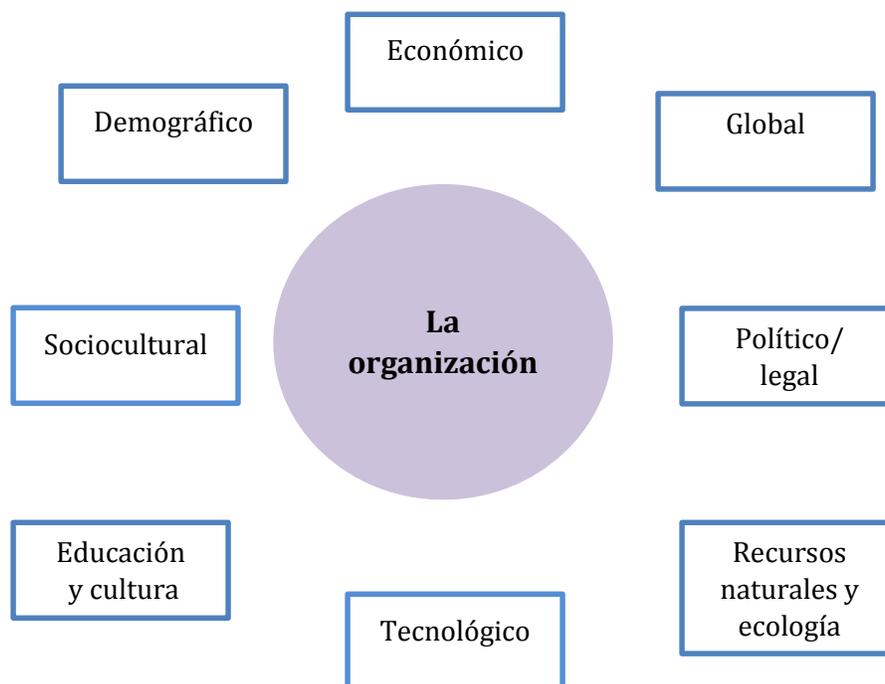
	tienen un impacto directo en las actividades de suministro de materia prima y actividades de la organización.
<b>Globalización</b>	El factor globalización es la integración de todos los elementos pero a una escala mundial, lo que implica que la organización aprenda la forma en que cada país ve el mundo para poder crear satisfactores globalizados. Todos estos factores tienen un efecto indirecto sobre la organización.

Componentes externos que afectan a una empresa, (2015). Elaboración propia.

Como pudiste revisar en este subtema las organizaciones como sistemas abiertos permanecen en interacción dual con el ambiente; influyen y son influenciados. Tienen capacidad de crecimiento, cambio adaptación bajo ciertas condiciones. En el siguiente subtema descubrirás las relaciones con diferentes grupos de interés.

En la siguiente figura se muestran los componentes del entorno externo:

### Componentes del entorno externo de la organización



Componentes del entorno externo. Adaptado de Robbins, S., Decenzo, D. y Coulter, M., (2013).  
Elaboración propia.

## Subtema 2. Los grupos de interés externos e internos de la empresa

Los grupos de interés son elementos del ambiente que tienen una influencia y efecto directo sobre la estrategia, decisiones, operaciones y aún la existencia de la organización. Pueden ser internos y externos.

### Los grupos de interés

**externos**, de acuerdo a García, (2011): afectan las empresas desde afuera, como los

consumidores, los proveedores, las autoridades públicas, los sindicatos de trabajadores, las instituciones financieras, los competidores, entre otros.

En cuanto a los **grupos de interés internos**, García, (2011) también menciona que forman la empresa misma y son su personal, los accionistas, los directores, entre otros y tienen influencia sobre ella.



En la figura siguiente se describen a estos grupos de interés:

### Grupos de interés de la organización



Grupos de interés de la organización, (2015). Elaboración propia.

Estos grupos de interés forman, para cada organización en particular su ambiente empresarial o de tareas, o específico como se conoce en distintas obras. Es vital que la organización tenga un conocimiento profundo de su ambiente de tareas ya que es en él y a través de él que se llevará a cabo su actividad y el logro de sus metas, así como la ejecución de su misión. Los **principales actores en el ambiente de tareas de las organizaciones** pueden ser observados en la siguiente figura:

### Elementos de ambiente de tareas



Elementos de ambiente de tareas. Adaptado de García, A. (2011). Elaboración propia.

¿Por qué es importante que la empresa conozca su entorno y los grupos de interés de su ambiente? La razón es que todos estos factores son incontrolables para la organización; están en continuo cambio y así afectando las operaciones del día a día y también la estrategia empresarial. Las organizaciones tienen la necesidad de adaptarse a estos cambios o morir.

### Subtema 3. La cadena de valor

¿Por qué es necesario conocer el concepto de cadena de valor en un curso de cómo cultivar relaciones de negocio? Lo es debido a que en la cadena de valor se encuentran todos los eslabones del proceso desde las entradas al sistema (materia prima) hasta la salida (distribución del bien terminado). Estos eslabones interactúan entre sí y con la organización, como es el caso de los proveedores y los compradores que son participantes de las actividades de dichos eslabones. Mientras más eslabones o actividades se tienen en la cadena de valor, mayor será el valor que el producto/servicio tendrá al final de su proceso.

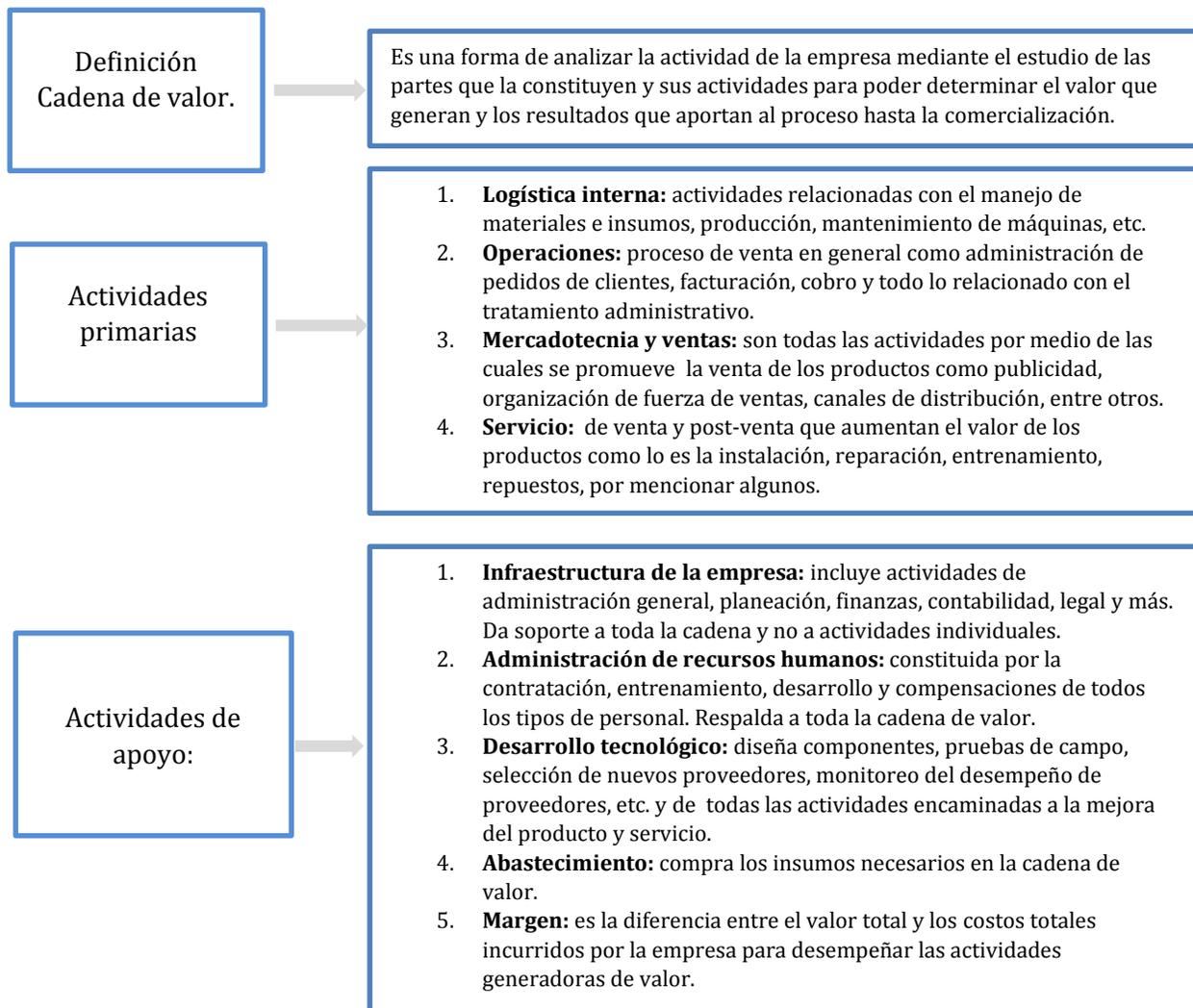


El tema de la cadena de valor es muy extenso, por lo que para este curso solamente se te ofrece de una forma sintética la forma en que funciona para identificar, en su interior, los elementos del ambiente con los que se relaciona la organización. Para ello necesitas comprender el significado de valor:

El **valor** es definido por Porter en García, (2012) como la suma de los beneficios percibidos por los clientes, una vez deducidos sus costos, para adquirir y utilizar un producto o servicio. Esto significa que a medida que cada componente del sistema.

En el siguiente esquema se observan los fundamentos de la cadena de valor.

### Fundamentos de la cadena de valor



Fundamentos de la cadena de valor. Adaptado de García, (2012). Elaboración propia.

En las actividades de primarias y de apoyo que cada organización debe desarrollar para la generación de valor, se encuentran componentes del ambiente de tareas como lo son los proveedores, empleados y clientes; estos participan en actividades que son interrelacionadas y no independientes y es por esto que es necesario que sean administrados de una forma eficiente que genere relaciones positivas entre ellos y la empresa.

*Derechos Reservados, ENSEÑANZA E INVESTIGACION SUPERIOR A.C., 2015.*

A través de la cadena de valor se identifican cada una de las actividades primarias y de apoyo, quiénes participan en ellas, cuánto se invierte en cada una y de qué manera impactan los resultados finales de la empresa.

### ¡Quiero más!

Para conocer sobre las organizaciones y su ambiente te invito a ver este video titulado:

**Las organizaciones que aprenden en:**

<https://www.youtube.com/watch?v=DSpAB5isOQg>

Si deseas saber más sobre la cadena de valor y el funcionamiento de la empresa, te invito a revisar este video titulado: **Cadena de valor ING DIRECT, en:**

<https://www.youtube.com/watch?v=G7ifbFmidl0>

### Mi Reflexión

Ahora que conoces los conceptos principales de la organización, sus componentes y los grupos de interés que tienen impacto en el desempeño de la misma, así como la forma en que las actividades desarrolladas forman parte de su cadena de valor:

¿piensas que en tu organización tienen bien identificados a sus grupos de interés?, ¿e consideras una persona que se pueda adaptar a los cambios del ambiente?

Si eres empresario: ¿conoces las actividades primarias y de apoyo que dan valor a tu organización? Las actividades primarias y de apoyo de la cadena de valor te permiten visualizar a aquellos componentes internos y externos con los que necesitas trabajar para el logro de los objetivos organizacionales y para la supervivencia del negocio. Los componentes tienen gran impacto en las operaciones y decisiones organizacionales. Tres de los más importantes son los clientes, empleados y proveedores que conforman el tema siguiente.

### Bibliografía

**Apple da a conocer cifras record en sus resultados del segundo trimestre** (2015). Información de prensa de Apple. Recuperado de Internet el 12 de mayo de 2015 en: <https://www.apple.com/mx/pr/library/2015/04/27Apple-Reports-Record-Second-Quarter-Results.html>

Artero, A. (2012). *¿Por qué el empleo no va a volver? La economía del iPhone*. El confidencial. Recuperado de Internet el 18 de mayo de 2015 en: [http://blogs.elconfidencial.com/mercados/valor-anadido/2012-01-24/por-que-el-empleo-no-va-a-volver-la-economia-del-iphone\\_439638/](http://blogs.elconfidencial.com/mercados/valor-anadido/2012-01-24/por-que-el-empleo-no-va-a-volver-la-economia-del-iphone_439638/)

Koontz, H., Wehrich, H. y Cannice, M. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial* (14ª ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Robbins, S., Decenzo, D. y Coulter, M. (2013). *Fundamentos de Administración* (8va. ed.). México: Pearson Educación.

García, A. (2011). *Estrategias empresariales: una visión holística*. Colombia: Bilineata Publishing.  
ISBN e-Book: 978-958-57943-1-3

## Glosario

**Entorno externo:** Se refiere a los factores, fuerzas, situaciones y acontecimientos de fuera de la organización que afectan su desempeño.

**Grupos de interés externos:** Afectan las empresas desde afuera, como los consumidores, los proveedores, las autoridades públicas, los sindicatos de trabajadores, las instituciones financieras, los competidores, por mencionar algunos.

**Grupos de interés internos:** Forman la empresa misma y son su personal, los accionistas, los directores, etc. y tienen influencia sobre ella.

**Cadena de valor:** Es una forma de analizar la actividad de la empresa mediante el estudio de las partes que la constituyen para poder determinar el valor que generan y los resultados que aportan al proceso de comercialización.

***La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACION SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.***

***El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.***

***Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.***